

## SE LA TV È COME UN MUSEO TUTTI AI FORNELLI PER INVENTARE UN'OPERA D'ARTE

SIMONE REGAZZONI

PROGRAMMI di cucina di tutti i tipi, e a tutte le ore, che riscuotono enorme successo in tutto il mondo: il cibo e la sua preparazione sembrano ormai diventati l'oggetto fondamentale, e nemmeno troppo oscuro, del nostro desiderio. Solo la pornografia ha un successo analogo. E in un certo senso qualche critico apocalittico potrebbe vedere nella mediatizzazione della gastronomia un analogo della mediatizzazione della sessualità. Ora, è fin troppo facile criticare il fenomeno della cucina in tv come sintomo di una qualche degradazione culturale della società che regredirebbe verso i bisogni primari (sesso, cibo). Più complesso è provare a spiegare il fenomeno mettendo in discussione un certo pregiudizio culturale in merito alla gastronomia.

Che cosa accade? Ecco la mia ipotesi: la cucina mediatica è un modo in cui la "real tv" è riuscita a coinvolgere un pubblico di massa in una forma d'arte. Siamo di fronte all'ennesima dimostrazione che il luogo più innovativo di produzione artistica contemporanea è la tv nelle sue due forme: la "quality tv" della serialità televisiva e la "real tv" di cui i reality gastronomici sono parte.

Per lungo tempo, la gastronomia è stata considerata, nel migliore dei casi, un'arte minore, in quanto legata alla soddisfazione di una pulsione elementare, e non alla creazione di opere per una contemplazione disinteressata. Alle origini della filosofia, Socrate liquidava l'argomento affermando: "Ti pare che un vero filosofo possa curarsi di piaceri come quelli del mangiare e del bere?". Ritornando sul tema, Hegel decretava che olfatto gusto e tatto sono esclusi dal godimento artistico. Non a caso ancora oggi, quando pensiamo a un'opera d'arte, escludiamo che sia mangiabile, toccabile o annusabile: l'arte riguarda la vista e l'udito, considerati, in Occidente, sensi superiori.

Per questo il filosofo spagnolo Ferdinando Savater, in un articolo dal titolo L'arte della digestione, ha potuto scrivere che la gastronomia "appartiene

al modesto mondo dell'artigianato, ma non a quello della creazione artistica". Nello spazio della cultura di massa questo tipo di distinzioni non hanno più senso. Reyner Banham, nel suo famoso libro Los Angeles, scriveva negli anni '70: "Preparato accuratamente, l'hamburger può essere un'opera d'arte visiva". Una provocazione? No, semplicemente il riconoscimento di una trasformazione in corso dell'idea stessa di arte nell'epoca della sua definitiva perdita di aura. Cucinare, vale a dire dare forma a materiali informi a partire da ricette che alcuni hanno paragonato alle idee platoniche, è una forma di fare artistico. Convinto di questo, negli anni Novanta, in una galleria di Soho, a New York, un artista di nome Rirkrit Tiravanija ha messo in scena una singolare performance, cucinando una cena a base di fusilli asiatici che i visitatori della galleria hanno mangiato. Si potrebbe obiettare che questa è Arte con la "A" maiuscola, e che non ha nulla a che fare con i reality di cucina. In verità credo che i reality gastronomici siano un passo avanti rispetto alle opere di Tiravanija: essi rendono popolare e di massa quello che in Tiravanija era ancora un gesto avanguardistico, elitario, teso a scandalizzare il pubblico di massa e a compiacere un'élite.

A differenza dell'opera di Tiravanija, la cucina mediatica coinvolge un pubblico di massa che però a non si limita a mangiare, ma partecipa alla riproduzione dell'opera, è esso stesso giudice e artista. Perché la regola è: "lo posso fare anch'io". Lo spettatore, anche quando non è direttamente in scena come concorrente, è parte attiva: valuta, discute sui social network e ri-produce l'opera di cui condividerà la foto su facebook o twitter cercando l'apprezzamento di un pubblico che a sua volta farà lo stesso. L'effetto non è una grande abbuffata auto-distruttiva della società, bensì un'artisticità diffusa da cui nessuno si sente escluso: ecco forse uno dei segreti del successo della cucina mediatica. Siamo forse distanti dall'Arte contemporanea, ma vicini all'idea di museo teorizzata dal grande direttore del MoMa di New York, Alfred H. Barr: "Un laboratorio, ai cui esperimenti il pubblico è invitato a partecipare".

