

ESTETICA QUOTIDIANA

È tutto molto bello

di Anna Li Vigni

«**O**ggi il mondo è straordinariamente bello. Sono belli i prodotti confezionati, i vestiti di marca con i loghi stilizzati, i corpi palestrati ricostruiti e ringiovaniti dalla chirurgia plastica, i piercing e i tatuaggi, gli interni arredati con creazioni di design, le piante con decorazioni artistiche o confezionate nei supermercati con buste colorate». Come dare torto a Yves Michaud? Il nutrito catalogo di «bellezze» reperibili con facilità nella vita di tutti i giorni potrebbe estendersi all'infinito, ma la vera questione è: cosa rende belle queste cose e, soprattutto, è corretto, nel definirle, scomodare la categoria del Bello? La società globale è caratterizzata da una pervasiva estetizzazione della vita a tutti i livelli, sicché sempre più si parla di «estetica diffusa», ovvero della possibilità che ci è offerta di esperire la piacevolezza fuori dalle gallerie d'arte.

Che poi questa estetizzazione sia a tutto vantaggio del *marketing* della grande industria, è un'altra faccenda; a maggior ragione l'argomento merita una seria riflessione, come quella di Elisabetta Di Stefano nel saggio *Che cos'è l'estetica quotidiana*. Fu Duchamp, con l'ironica esposizione in una sala di museo di un *Orinatoio* (1917), il primo a far assurgere gli oggetti quotidiani – i *ready made* – a dignità di opere d'arte.

Seguiva il POP di Warhol, che con i suoi *Brillo Boxes* (1964) – contenitori di pagliette per lavare le pentole presentati come oggetti d'arte –, operava una «trasfigurazione del banale». Da allora, sempre di più con il diffondersi del design, ogni oggetto della vita quotidiana ha iniziato ad acquisire un'inevitabile «aura» artistica.

Non è un male, visto che, secondo l'approccio pragmatista di John Dewey, l'arte non deve rimanere confinata all'interno dei musei, bensì deve estendersi a tutte le attività della vita, per renderla un'esperienza migliore. Per molti, tale approccio «artistico» al quotidiano è inevitabile. Ellen Dissanayake, per esempio, considera connaturata alla specie umana l'attitudine all'«artificazione», che consiste nel conferire straordinarietà all'ordinario, rendendolo speciale e quindi piacevole per chi lo vive con gesti che lo impreciosiscono.

L'*Everyday Aesthetics* mira a rivalutare la ripetitività e l'ordinarietà del quotidiano, normalmente relegato nella sfera dell'irrelevante, rivelandone inaspettatamente un'essenza tutt'altro che banale. Come, infatti, sostiene l'antropologo Henri Lefebvre, «è nella vita quotidiana e a partire da essa che si compiono le vere creazioni. (...) Nella banalità dei giorni, l'occhio apprende a vedere, l'orecchio a udire, il corpo a seguire i ritmi». L'estetica quotidiana si ispira dunque all'arte, ma non certo all'arte auratica, di fronte alla quale si resta impietriti e inibiti: l'ar-

te cui si ispirano gli oggetti che ci circondano nelle nostre case e nelle nostre città è performativa, ci stimola a fare esperienza dell'ambiente circostante in modo piacevole e giocoso, com'è evidente nel grande design.

Tuttavia sono sempre di più i filosofi che tendono a valutare l'estetica quotidiana a prescindere da un'analogia con l'arte, considerandone piuttosto gli aspetti più propriamente sensoriali. Christopher Dowling insiste sulla necessità, per gli individui odierni, di acquisire una maggiore consapevolezza corporea, poiché è la piena adesione sensoriale a ogni esperienza, anche la più piccola e quotidiana, a renderla «bella»; in quest'ottica, ricondotta alla pura sfera dell'*aisthesis* (percezione sensibile), l'esperienza estetica del quotidiano finirebbe coincidere con l'acquisizione di quella pienezza esistenziale, quel benessere psicofisico che la filosofia antica chiamava eudaimonia. Yuri Saito, descrivendo la cerimonia del tè giapponese, osserva come alla ripetitività di ogni minimo gesto venga conferito un prezioso valore estetico. Qualcosa che anche noi possiamo ben comprendere quando siamo alle prese col nostro quotidiano sacro «rito» del caffè.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Elisabetta Di Stefano, *Che cos'è l'estetica quotidiana*, Carocci, Roma, pagg. 130, € 12



OGGETTI D'ARTE
«Brillo Boxes» di Andy Warhol (1964)

