

Scris de stelutarioscastanescu pe 10 decembrie 2019, 11:04

Genialul gest “Banana lipita cu scoci”

In ultimele zile, cu mic cu mare, specialist sau profan, aproape toata populatia planetei si-a dat cu parerea despre banana lipita pe peretele unui targ de arta din Miami. O banana lipita cu banda adeziva, intitulata “Comedian” si care s-a vandut cu 120.000 USD.



img-2.jpg

Acest gest a fost comentat de marea majoritate ca fiind un cretinism, o idiotenie care arata cat de jos a ajuns arta contemporana mondiala, demonstreaza cat de snobi sunt oamenii cu bani si cat de putin responsabili fata de nevoile omenirii. Am rezumat elegant ideile impartasite pe diverse canale media si social media de catre semenii nostri participanti in neo-agora oferita de era internetului.

Dar oare chiar asa simplu arata aceasta poveste?

Pentru clarificare, structura mea logica ma indeamna sa va provoc la o analiza pe puncte, raspunzand la urmatoarele intrebari:

- Este banana lipita pe perete o lucrare de arta?
- Creatorul unei banane lipita pe perete este un artist?
- Vorbim doar despre un act artistic sau asistam si la o “manevra” de comunicare?

Raspunsul la prima intrebare este un DA spus din toata inima.

Orice artist se poate exprima in orice mediu: in natura, in institutii nonartistice, in strada sau in spatii dedicate artei. O manifestare artistica prezenta in primele trei categorii poate fi clasificata

lucrare de arta atat timp cat exista un istoric al artistului sau girul unor specialisti. Dar orice manifestare a unui artist intr-un spatiu specializat, dedicat artei, devine automat un act artistic. De la dadaism pana azi, aceasta este o regula de baza in arta contemporana mondiala. Demonstratia primordiala a facut-o Marcel Duchamp in anul 1917, cu celebrul pisoar readymade, iar pana astazi explicatia a avut timp sa devina foarte simpla. Spatiile dedicate artei sunt pastorate de niste oameni care cu asta se ocupa. Ei se numesc galeristi, muzeografi sau curatori si acesti specialisti nu isi permit sa dea de pamant cu munca lor din care isi castiga painea de zi cu zi. Daca ei considera un act artistic demn sa fie prezent intr-un spatiu dedicat artei, acel act artistic este o lucrare de arta.

Asadar, banana lipita cu banda adeziva pe peretele unei galerii, prezenta intr-un targ de arta din Miami este o lucrare de arta. Ce fel de lucrare de arta? Nu, nu este o pictura, nu este nici o sculptura, ci este un performance, adica un act artistic limitat in timp. in cazul de fata, perisabilitatea bananei reprezentand limitarea in timp a acestei creatii. Un performance poate fi orice. De la statul in cap al unui artist in mijlocul unui muzeu, pana la prinderea unor sfori de coada unor albine pe care le lasi apoi sa zboare libere prin galerie. Si chiar si lipirea de perete cu banda adeziva a proprietarului galeriei in care ai vernisaj. Bineinteles cu acordul acestuia. si daca primele doua situatii sunt inventate de mine, aceasta cu galeristul pe perete este performance-ul din 1999 al aceluiasi artist care, iata, astazi a lipit doar o banana.

si rationamentul de pana acum ne-a apropiat de raspunsul la a doua intrebare: creatorul unei banane lipite pe perete este un artist?

in acest caz specific, spun din nou DA din toata inima. Creatorul acestui performance se numeste Maurizio Cattelan si este unul dintre uriasii artei contemporane mondiale. Un purtator de torta contemporan al dadaismului. Pana astazi, la varsta de 59 de ani, Maurizio Cattelan a realizat peste 60 de expozitii personale si performance-uri in cele mai importante muzee si galerii ale lumii. si cand spun cele mai importante sunt chiar cele mai importante. Maurizio Cattelan este un italian zvelt si fermecator, un personaj care isi manifesta inteligenta prin comic si absurd. Maurizio Cattelan este un artist contemporan foarte bine cotate. Una dintre lucrarile lui s-a vandut cu 3 milioane de euro si il reprezinta pe Papa Ioan Paul al II-lea lovit de un meteorit. Aceasta lucrare a fost expusa in 1999, la Royal Academy, in Londra, lasand privitorul cu ideea "nimeni nu este mai presus de Dumnezeu".

Will Gompertz, timp de sapte ani directorul Tate Media, in prezent editor de arta BBC News, descrie arta creata de Maurizio Cattelan: "Cattelan este un artist. Artă sa, care s-a dovedit a avea mare succes la critici si la public, consta in gaguri vizuale cuminti la care adauga un strop de patos, pentru a le conferi o anumita incarcatura intelectuala. Este un Charlie Chaplin al artei contemporane: face pe clovnul pentru a scoate la iveala unele dintre realitatile dure ale vietii. Cattelan ia in ras lumea in care profeseaza si chiar pe oamenii care il platesc frumusele ca sa faca asta".

si uite asa ajungem si la cea de-a treia intrebare: vorbim doar despre un act artistic sau asistam si la o "manevra" de comunicare?

in ceea ce priveste "manevra" de comunicare nu am nici o dovada concreta. Dar ca individ care activez in acest domeniu, recunosc ca, la aparitia primei stiri, am fost putin invidioasa pe idee. Dupa care, pe masura ce popularitatea "bananei lipite pe perete" crestea exponential, invidia s-a

transformat in admiratie si a crescut direct proportional, ajungand la cote de entuziasm dupa ce aceasta banana a fost si mancata. si sa incepem cu un rationament simplu.

Orice producator de eveniment are prins in planul de organizare un buget de comunicare al manifestarii. Un buget care poate varia intre 10% si 70% din valoarea totala a evenimentului. Art Basel este cel mai mare si cel mai important targ de arta din lume. Editia princeps se desfasoara anual in Elvetia. si pentru ca au deja numeroase studii despre comportamentul cumparatorilor de arta, de cativa ani au ajuns la concluzia ca devine rentabila deschiderea a doua editii zonale, una in Hong Kong, cealalta in Miami. Credeti ca un astfel de business a ajuns la aceasta dimensiune fara sa investeasca nici un ban in comunicare? Dimpotriva, cel mai probabil sumele investite sunt cel putin 50% din valoarea evenimentului. Acelasi rationament al constientizarii importantei comunicarii business-ului este aplicabil si galeriei care participa zilele acestea la targul de arta "Art Basel Miami" si care a girat creatia lui Maurizio Cattelan. Aceasta galerie se numeste "Perrotin". Fondatorul ei, Emmanuel Perrotin, a deschis primul sediu in Paris, in 1990, la varsta de 21 de ani. Pana astazi, galeria s-a extins cu spatii in Hong Kong, New York, Seoul, Tokyo si Shanghai. si aceasta galerie participa la toate marile targuri de arta de pe mapamond. si intreb din nou: credeti ca Emmanuel Perrotin a ajuns la aceasta performanta fara bani alocati pentru comunicare? Excluz! Anvergura business-ului lui Perrotin demonstreaza ca acesta este suficient de tanar incat sa inteleaga si sa utilizeze perfect uneltele comunicarii de astazi. si cand in portofoliul galeriei sunt prezenti artisti ca Takashi Murakami, Xu Zhen, JR, Maurizio Cattelan si multe alte nume mari ale artei contemporane, inseamna ca esti si un foarte bun vanzator. si daca esti un bun comunicator si un bun negustor, vei profita din plin de faptul ca, Maurizio Cattelan, uriasul artist pe care il ai in portofoliu, nu a mai participat la nici un targ de arta in ultimii cincisprezece ani. Cum faci asta? Aranjand sponsorizarea performance-ului cu banana la o suma scandaloasa pentru majoritatea oamenilor. Iar sponsorul poate fi un colectionar real, mare admirator al artistului, sau un colectionar fidel galeriei care primeste alte avantaje pentru contravaloarea sumei de 120.000 USD, sau daca esti smecher de tot, asa cum il banuiesc pe Perrotin, cea mai mare parte din cei 120.000 USD pe care o plateste colectionarul, provine din bugetul de comunicare al "Art Basel Miami". Pentru ca, la final, deplinul castigator al campaniei este chiar targul de arta. Cu o suma foarte foarte mica a avut parte de aparitii in absolut toate mediile de presa si pe toate canalele social media. Iar prin participarea lui Maurizio Cattelan a crescut exponential valoarea manifestarii.

si uite asa, o "banana lipita cu scoci la un targ de arta din Miami" devine cea mai populara isprava artistica din anul 2019 si poate chiar din ultimul deceniu. Umorul si indrazneala lui Maurizio Cattelan, inteligenta negustoreasca a lui Emmanuel Perrotin si uriasa masinarie de promovare a targului "Art Basel Miami" au scris un nou capitol in manualele de comunicare.

PS: Voi va puteti imagina discutia in care Maurizio Cattelan si Emmanuel Perrotin au stabilit ce vor expune pe peretii galeriei cu ocazia participarii la "Art Basel Miami"? Recunosc, eu am mai multe scenarii.

Descriere foto 1 din galerie: Papa Ioan Paul al II-lea lovit de meteorit, lucrare semnata de Maurizio Cattelan si expusa in 1999 la Royal Academy, Londra

Descriere foto 2 din galerie: "O zi perfecta", 1999, performance realizat de Maurizio Cattelan, in care Massimo De Carlo, proprietarul galeriei in care artistul avea vernisaj, a fost lipit pe perete cu banda adeziva

ADRESA: <http://crct.ro/nvnT>