

**Luca Beatrice**

**Bla Bla Bla**

Con uno spericolato salto all'indietro nel tempo immaginiamo di trovarci nella preistoria, quando la razza umana cominciò a esperire i primi tentativi di comunicazione. Non esisteva, ovviamente, un linguaggio scritto codificato e ciò di cui si dovevano mettere a parte i componenti della comunità riguardava essenzialmente le informazioni sulla vita quotidiana e i pericoli a essa connessi. Secondo le testimonianze desunte dalla pittura rupestre, gli uomini erano prevalentemente cacciatori, sapevano disegnare le armi e le bestie che inseguivano e mangiavano. Lo studio dell'arte parietale, collocabile almeno 40mila anni fa nel Paleolitico superiore, è utile dunque a capire il grado di una civiltà e il suo sviluppo. Prima che le diverse lingue creassero confini e barriere le immagini risultavano uguali per tutti, il messaggio insomma era molto chiaro e poco equivocabile. Eccoci nel presente, proprio ora che ci sembra di aver riconquistato quell'essenziale fetta di libertà sospesa negli ultimi due anni. Ci troviamo all'aeroporto di una megalopoli del Sud Est asiatico dove, per ipotesi, i cartelli di informazione sono scritti in una lingua a noi sconosciuta, addirittura i segni non corrispondono a quelli dell'alfabeto derivante dal latino antico. Abbiamo la necessità di recarci in toilette e per individuare il posto giusto l'unica possibilità è affidarci a quell'iconcina entrata a far parte del nostro uso quotidiano e che riconosciamo ogni volta che siamo fuori di casa, in hotel, autogrill, cinema, stadio. Nonostante nel terzo millennio il linguaggio si sia evoluto e parcellizzato in migliaia di particolarismi, un concetto unificante che ci trovi d'accordo sarà affidato ancora una volta a un'immagine. Fatti i debiti conti e proporzioni, dall'ominide primitivo al supermanager in carriera non tutto è cambiato, anzi le fondamenta sembrano essere ancora le stesse.

Utile premessa perché in questa nuova mostra personale di Fabrizio Dusi il linguaggio è sempre al centro della riflessione. Nel suo caso è davvero una scommessa: si può usare una cifra fortemente iconica, di chiara impronta pop, per affrontare temi e questioni che investono ragionamenti più profondi e stratificati? Si direbbe proprio di sì e, allo stesso modo, c'è un'altra evidente contraddizione tra il materiale caldo -la ceramica- e il trattamento a smalto che simula il linguaggio della pubblicità e dunque lo "contemporaneizza". Osserviamo ora le nuove installazioni di Dusi: i suoi personaggi hanno tutti la bocca aperta verso l'alto, eppure solo pochissimi parlano. Nel lavoro principale, addirittura, esce un unico fonema tra nonsense di significato e lallazione infantile, stadio primario e "tenero" del linguaggio. *Bla Bla Bla* non vuol dire nulla eppure sintetizza ed esplicita, come nei fumetti, la sensazione di parlare a vuoto, di non aggiungere nulla al grado di conoscenza. E qui Dusi tocca un punto caldo o una nota dolente che riguarda il nostro presente.

L'antica agorà, il gymnasium, l'assemblea, ovvero i luoghi del discutere per eccellenza sono stati sostituiti nel terzo millennio dalla piazza virtuale in cui non si coltiva l'arte della retorica ma il grido vacuo del termine generico, appunto il *Bla Bla Bla* che non vuol dire nulla. Termini senza significato, capaci di attirare l'attenzione per mezzo di un'immagine forte e attrattiva, esattamente ciò che fa Dusi con il suo lavoro insieme accattivante e acuto.

Torniamo sul bla bla. Prima che il covid ci costringesse a rivedere il quadro completo delle nostre abitudini in merito alle relazioni umane, tra i mezzi di trasporto prediletto dai più giovani era piuttosto in voga il "bla bla car", una piattaforma online che ci consente di trovare o offrire un passaggio in auto da Torino a Perugia (andarci in treno resta un'impresa) pagando una cifra onnicomprensiva di spese di viaggio e fee di agenzia. Così ti ritrovavi a condividere il ristretto spazio dell'abitacolo con persone di cui non sapevi niente, solo che un tragitto può durare ore e non funziona come in ascensore che stai zitto pochi secondi e attendi l'apertura delle porte quasi fosse una liberazione per andartene. In auto invece si chiacchiera, ci si scambia informazioni, si accetta la banalità quale criterio unificante. Non mi sento di escludere che qualcuno abbia parlato di Heidegger, però le percentuali si riducono parecchio rispetto ad affermazioni più generiche sul tempo o su esperienze minimali di vita vissuta.

In un'altra installazione Fabrizio Dusi aggiunge appena due elementi della cosiddetta parola scritta: *Don't Kill* e *Talk to Me*, frasi che troviamo stampate sulle magliette e sulle felpe dei personaggi come le tante che esibiamo, più convinti dai font e dalla tipografia del carattere che non attratti dal significato. Ci sarebbe da chiedersi, sempre a livello linguistico, in quale modo scegliamo i messaggi da diffondere attraverso i nostri abiti portati a spasso dai nostri corpi e se questo strumento di comunicazione costituisce un livello sostitutivo rispetto alla carenza dell'oralità tradizionale. In quest'opera i personaggi di Dusi si accompagnano ai loro device, agli schermi degli smartphone attraverso i quali parlano, scrivono, condividono messaggi e immagini. Pare, ed è davvero piuttosto inquietante perché normalissimo, che in un gruppo di una quarantina di persone nessuno rivolga sguardo o parola all'altro e preferisca "dialogare" attraverso l'intermediario elettronico. Questo di Dusi è un giudizio moralistico? Non per forza, piuttosto ci mette di fronte a un dato "sociale" del nostro tempo e lo consegna alla nostra opinione e alla nostra esperienza. Poi fate voi. Quante volte ci siamo trovati in una situazione del genere da non involontari protagonisti? Quante volte abbiamo "cazzato" i nostri figli e ci è arrivata, a mo' di restituzione, l'obiezione che comunque anche noi siamo così, proprio come loro e come gli altri?

*Want to talk to the world?* L'inglese, per forza, l'idioma della globalizzazione che da almeno un trentennio prevale nella comunicazione artistica. Ai giovani studenti universitari si chiede di sapere prima l'inglese poi la storia dell'arte di cui dovrebbero diventare esperti e così la lingua si impoverisce, non è più letteraria o

colta ma commerciale e business, riduce di parecchio il numero di parole utilizzate, evita le espressioni troppo auliche e appiattisce la comunicazione sul livello basso che si regge su un dizionario di frasi stereotipate, più o meno sempre le stesse. L'inglese facilitato versus la parcellizzazione in mille lingue, linguaggi, dialetti ci dicono che il mondo, quello che Dusi vorrebbe far parlare, è un posto tutt'altro che pacificato e tranquillo, anzi. E quelle bocche spalancate a esprimere la loro idea inevitabilmente andranno a sollevare nuovi conflitti perché nel mondo c'è sempre qualcuno che grida più forte anche se dalla sua voce non esce nulla tranne un soffocato e mezzo sordo bla bla bla.