



## **MI(S)TICHE NUTELLE**

di **Vanni Codeluppi**

2024

Quando è nato, circa trent'anni fa, il gruppo artistico delle Mistiche Nutelle ha preso la decisione di inserire un prodotto all'interno del suo nome. Si tratta di una scelta sicuramente originale e controcorrente, in quanto di solito gli artisti cercano di comunicare di essere totalmente estranei al mondo della produzione e del commercio. Su di loro e sulla società pesa infatti l'eredità della tradizione romantica, quella secondo la quale prima di tutto ci dev'essere dello "spirituale nell'arte" (Kandinsky). I Romantici consideravano l'artista un genio collocato decisamente al di sopra dei comuni mortali e non appartenente alla loro dimensione materiale, quella espressa al massimo livello dai prodotti. Perciò, da un lato ci sono bellezza ed armonia, dall'altro denaro e interesse economico. Certo, alcuni artisti sono stati intensamente affascinati dal mondo dei prodotti. Si pensi, ad esempio, ad Andy Warhol, che ha costantemente amplificato e rielaborato sulle sue tele i linguaggi delle merci. Ma, più recentemente, anche altri artisti, come Silvie Fleury o Jeff Koons, hanno subito il fascino dell'estetica delle merci. Però, la stragrande maggioranza degli artisti ha intensamente criticato il mondo dei consumi, cercando di stabilire una netta distanza rispetto ad esso, mentre, come si diceva, le Mistiche Nutelle hanno addirittura fatto la scelta d'inserire un prodotto nel loro nome. E non si tratta di un prodotto qualsiasi, ma di un prodotto molto particolare e che ha avuto un vastissimo successo in tutto il mondo: la crema spalmabile Nutella. Una geniale invenzione che è stata realizzata negli anni Sessanta dall'imprenditore piemontese Michele Ferrero.

Nutella è sostanzialmente un "iperprodotto". Vale a dire un prodotto perfetto, talmente perfetto che nel corso degli anni nessuna azienda concorrente è mai riuscita ad intaccarne la condizione di monopolio sul mercato. Nessuna cioè è riuscita ad imitare Nutella con successo. Ma, soprattutto, questo prodotto, come i jeans Levis' o gli orologi Swatch e pochi altri, può essere considerato un vero e proprio "mito". Per gli antropologi, a cominciare da Claude Lévi-Strauss, i miti hanno sempre rivestito un ruolo fondamentale all'interno di qualsiasi forma di civiltà. Le società odierne, laiche e irriverenti, potrebbero a prima vista sembrare scarsamente orientate verso il ricorso ai miti, ma è evidente che quello che oggi accade è semmai il contrario. Capita infatti frequentemente che tali società siano in grado di esaltarsi per dei

prodotti che rappresentano delle versioni moderne, industriali e commerciali dei miti classici. Prodotti cioè che, come tutti i miti, sono in grado di operare contemporaneamente su due principali livelli di significato: quello immediato e referenziale, quello secondo e simbolico. Di solito però hanno un significato immediato particolarmente debole e un significato secondo molto potente. Si caratterizzano cioè per essere altamente simbolici. Dunque, Nutella può essere considerata un prodotto “mitico”. È probabilmente il suo elevato livello di perfezione a consentirle di operare questa trasformazione. Eppure, forse proprio perché “mitica”, per le Mistiche Nutelle può diventare persino “mistica”. Cioè non più reale e materiale, ma pura forma di rappresentazione, ricco e sovrabbondante emporio di segni. In una parola, spirituale. E dunque, proprio per questo, facilmente manipolabile. Esattamente come accade nelle opere create dalle Mistiche Nutelle. All’interno delle quali vengono rielaborati i linguaggi delle merci e delle marche, ma anche i più diffusi linguaggi del mondo dell’arte e di quello dei media in cui siamo quotidianamente immersi. Oppure, come nel caso di questa mostra, i linguaggi della musica rock e pop. Le Mistiche Nutelle catturano insomma dei frammenti culturali che circolano all’interno dell’immaginario collettivo e li modificano tentando di attribuire loro dei nuovi significati. Lo fanno ricorrendo principalmente a quella modalità ludica che, in fondo, è fondamentale per consentire alle merci di operare e rappresenta una delle chiavi grazie alle quali esse riescono ad arrivare al successo all’interno delle società contemporanee. La scelta di ricorrere al ludico è dovuta al fatto che esso rappresenta da sempre, nella cultura occidentale, il linguaggio per eccellenza della rappresentazione e della finzione. Nel gioco, infatti, le regole abitualmente impiegate nella vita quotidiana non valgono più e vengono sostituite da regole particolari. Si tratta pertanto di un mondo a sé, un mondo simulacrale, dove, proprio per questo motivo, tutto può essere liberamente modificato e reinterpretato. Come appunto avviene all’interno dell’universo artistico delle “Mi(s)tiche Nutelle”.

Scritto in occasione della mostra personale ***Mistiche Nutelle. Good Vibrations***, allo Spazio Gerra di Reggio Emilia, nel **2024**.