

# Cultura

INSERTO DEL GIORNALE del POPOLO  
ANNO V - NR. 50  
www.gdp.ch  
SABATO 13 DICEMBRE 2008

GDP

+

in viaggio con Markus Zohner

A pagina due, con una intervista, introduciamo una nuova collaborazione che, dal prossimo sabato, si presenterà sotto forma di rubrica. Markus Zohner partirà a giorni da Venezia e percorrerà a piedi la "via dell'ambra". Il viaggio durerà un anno e attraverserà 11 nazioni europee. Periodicamente, una volta alla settimana quando sarà possibile per lui trovare accessi ad internet o con modalità più dilazionate, Zohner narrerà nell'inserto la sua esperienza. Una sorta di diario di viaggio: incontri, descrizioni di bellezze naturali e artistiche. Non sarà un viaggio turistico ma scientifico e anche spirituale. Markus Zohner, che vive a Lugano, è attore, fotografo e regista di teatro fra i più conosciuti. Con la compagnia da lui fondata, la "Markus Zohner Theater Compagnie", è ospite di teatri e festival in tutto il mondo. Gli spettacoli del suo gruppo teatrale sono stati insigniti più volte con premi internazionali di pubblico e di critica. È docente e regista presso innumerevoli teatri in Europa, Russia, Asia Centrale, USA e Sudamerica.

diario londinese\_6



## ARTE CONTEMPORANEA La "rivoluzione" Andy Warhol

# Meraviglie di latta e superdivi in serie

In Warhol il mistero della bellezza non giace sul fondo, ma è totalmente compreso nella superficie di ogni cosa. Nella misura in cui tutto è bello, tutto si può elevare alla dignità di immagine. Anche una lattina di zuppa. Ilarità, genialità, innocenza, dell'icona del pop.

di FRANCESCO GESTI

Cosa devono avere passato l'archeologo Howard Carter e il suo sempre più impaziente mecenate Lord Carnavon, finanziatore degli scavi nella Valle dei Re, quando nel 1922, alla fine di un lungo corridoio sepolto, venne aperto sotto i loro occhi il varco che conduceva alla tomba del faraone Tutankhamon... La stessa meraviglia ed estasi devono avere provato anche i periti di Sotheby's nel 1987 entrando nella palazzina del defunto Andy Warhol, al 57 della 66th Street a New York; la stessa meraviglia ammantata, però, da un considerevole sconcerto. Il tesoro che si raccoglieva davanti a loro non era infatti un trionfo di alabastrici e oro; non solo: si trattava piuttosto di una raccolta indifferenziata di oggetti di valore e paccottiglia ammassata sopra e sotto i tavoli, sulle credenze e le mensole, sotto i letti e sopra gli armadi, a coprire le pareti color crema e ogni palmo calpestabile dei pavimenti lucidi in legno scuro. Busti in marmo di Napoleone, del Marchese de Lafayette e Benjamin Franklin fra buste della spesa e scatole di biscotti; arredi chippendale e déco, Impero e Secessione insieme a scatole di parrucche e scarpe, trucchi e boccette di profumo; sacchetti pieni di gioielli e cassette riempiti con stecche di sigarette; bronzi raffiguranti cavalli e levrieri, pugili e danzatori, figure mitologiche e chincaglieria sacra da rigattiere; croste di anonimi e disegni di Picasso e Munch, opere milionarie di Jasper Johns, Claes Oldenburg, Roy Lichtenstein, James Rosenquist, Cy Twombly... Tutte queste cose insieme senza distinzione alcuna; tutta roba trovata e acquistata, inscatolata e accatastata senza che nessuno avesse mai potuto vederla e, molto probabilmente, senza che il suo stesso proprietario ci fosse mai tornato con lo sguardo una seconda volta. L'inventario di tutto quell'accumulo impegnò i periti per due mesi al termine dei quali venne stilato un catalogo di oltre diecimila pezzi; l'asta fruttò da Sotheby's 25.300.000 dollari; nessun articolo portava, naturalmente, la firma di Andy Warhol. La foga di accumulatore unita all'apparente mancanza di un intento critico o anche solo classificatorio trovano una consonanza perfetta con l'estetica pop e il *modus operandi* espressi da Warhol e, anzi, ne costituiscono la chiave interpretativa più efficace e pertinente, di modo che *Other Voices, Other Rooms* - l'e-



sposizione che la Hayward Gallery di Londra gli dedica fino al prossimo 18 gennaio - sembra, più che una retrospettiva, un giro nell'affollato retrobottega della Factory. Innanzitutto vale come lezione altissima di allestimento, con la creazione di ambienti che fanno la mostra tanto quanto le opere esposte, che giocano tutto sulla contemporaneità di informazioni audio e video, e che tuttavia mantengono un grande chiarezza nell'ordine e nella leggibilità. Così il Southbank Centre - il cubo in cemento armato sulla riva destra del Tamigi, dove ha sede la galleria e dove i ragazzini vanno in *skateboard* - diventa lo scrigno insospettabile di una *Wunderkammer* coloratissima che dichiara una netta predilezione per gli *artificialia* della seconda metà del XX secolo piuttosto che per i *naturalia*; una stanza delle meraviglie che ha sostituito il fossile con la Polaroid, la conchiglia e il corallo con la pellicola da 16 mm, la bizzarria



anatomica con la serigrafia. Una mostra che è, in sé e nella sua intenzione, la più stupefacente delle *Time Capsules* mai realizzata, con le immagini replicate di *Marilyn Monroe* e *Mick Jagger*, i *Flowers* e le latte di *Campbell's Soup*, le carte da parati con *Cow e Mao*; le fotografie delle feste con gli amici e Truman Capote (dal cui romanzo d'esordio, con il suo anelito alla giovinezza, la mostra prende il titolo); le copertine dei dischi, con quella celeberrima della banana; una stanza stellerisce piena di schermi televisivi che proiettano in simultanea tutte le puntate di *Andy Warhol's TV e Fifteen Minutes*; i film *Underground* e i video con i *Velvet Underground*; la cameretta delle *Silver Clouds*, in cui si è serenamente potuto regredire giocando con palloncini argentati gonfiati ad elio. Nessun altro artista era mai stato tanto divertente, nessun altro tanto dotato del genio di saper semplicemente accendere un'ilarità così pu-

ra e, per certi versi, innocente; e nell'osservare questo dato, diventa sostanziale considerare anche quale fenomeno aveva storicamente preceduto il suo ingresso sulla scena dell'arte: «L'espressionismo astratto era già diventato un'istituzione quando verso la fine degli anni Cinquanta Jasper Johns e Bob Rauschenberg cominciarono a liberare l'arte dall'astrattismo e dall'introspezione. Poi la pop art rovesciò la concezione di interiore ed esteriore. Gli artisti pop crearono immagini che qualsiasi passante di Broadway avrebbe potuto riconoscere in una frazione di secondo: fumetti, tavolini da picnic, pantaloni da uomo, personaggi famosi, tende da doccia, frigoriferi, bottiglie di Coca-Cola - tutte quelle grandiose invenzioni moderne che gli espressionisti astratti si erano tanto sforzati di ignorare». Warhol arriva nella storia dell'arte come la funzione "reset" degli apparecchi elettronici, così che il suo sti-

Qui sopra e in alto a sinistra, due delle opere più celebri di Andy Warhol: una delle lattine di zuppa Campbell's e una sua "Marilyn". A sinistra, in basso, un'immagine della mostra: le postazioni allestite per guardare alcune puntate della "Andy Warhol's TV".

Più pop di lui, solo Paolo VI durante la sua storica visita a New York del 1965

le ha causato, a diversi livelli, un fenomeno di azzeramento: ha azzerato la distanza fra arte e pubblico utilizzando immagini di consumo; da grafico che era, ha azzerato la differenza fra linguaggio artistico e linguaggio pubblicitario. Ha azzerato la concettualità dell'immagine, ponendosi all'estremo opposto del *Ceci n'est pas une pipe* di Magritte: una lattina di zuppa è una lattina di zuppa. Ha sepolto una figura banalmente romantica annullando la differenza fra ispirazione e produzione, e diventando l'artista americano più prolifico di sempre; ha sostituito l'autore con l'ideatore, con il *producer*. Ha annullato l'unicità dell'opera nella serialità (che non è appiattimento: è esaltazione dell'immagine) e la differenza fra l'originale e la sua riproduzione, così che nei *bookshop* si assiste all'ascensione del *gadget* nei poster, nelle spille, nelle figurine magnetiche da attaccare al frigo... Infine, ha azzerato la distanza fra superficie e profondità in un continuo elogio dell'immagine bidimensionale: in Warhol, quel mistero - che è bellezza - non giace sul fondo, ma è totalmente compreso nella superficie di tutte cose, attaccato appena dietro, come la colla sul retro degli *stickers*; nella misura in cui tutto è bello, tutto si può elevare alla dignità di immagine. E fra tutte le *Superstars* - suo il neologismo - di cui amava circondarsi, l'idolo pop personale rimane un uomo che della Factory non era mai stato neanche un frequentatore occasionale: «Proprio quando credi di essere diventato famoso arriva qualcuno che ti fa sembrare come il numero di riscaldamento in una serata di dilettanti... sto parlando di Papa Paolo VI. Sicuramente il giro di apparizioni pubbliche più pop degli anni Sessanta fu quella visita del Papa a New York. Lo completò in una sola giornata, il 15 ottobre 1965. Fu la visita pastorale meglio organizzata e più seguita dai media della storia della religione (e probabilmente della storia dello *show business*)... E infine il Papa tornò al Kennedy, dove salì su un aereo della TWA, dicendo, quando i reporter gli chiesero che cosa gli fosse piaciuto di più di New York: "È bello tutto", una risposta che corrispondeva esattamente alla filosofia pop. Tornò a Roma la sera stessa. Fare così tante cose in così poco tempo con tutto quello stile - non riesco a immaginare niente di più pop».



FINTER BANK ZÜRICH

**CHIASSO**  
Telefono: +41 (0)91 695 24 24  
Telefax: +41 (0)91 695 24 44  
E-mail: ch@finter.ch

**LUGANO**  
Telefono: +41 (0)91 910 21 21  
Telefax: +41 (0)91 910 21 41  
E-mail: lu@finter.ch

**ZURIGO**  
Telefono: +41 (0)44 289 55 00  
Telefax: +41 (0)44 289 56 00  
E-mail: zh@finter.ch

**NASSAU**  
Telefono: +1 (242) 356 64 51  
Telefax: +1 (242) 356 58 18  
E-mail: bahamas@finter.bs

CULTURA E BANCA