

Arte



di Simona Maggiorelli

Quando Andy Warhol santificò Gianni Agnelli

«**A**ndy Warhol è l'artista che più di ogni altro ha saputo interpretare i cambiamenti rivoluzionari in atto nella società del benessere e dei consumi degli anni 60, comprendendo i potenti meccanismi della pubblicità e utilizzandoli nell'impostare tutta la sua filosofia, la sua poetica artistica, ma soprattutto la sua vita, al punto da essere considerato un'opera d'arte a sua volta».

Ipse dixit Graziano Menolascina. Il curatore ha presentato così la mostra *Made in USA by Andy Warhol*, nelle sale della Fondazione Sassi di Matera. Dopo la grande retrospettiva in Palazzo Ducale a Genova appena conclusa eccone un'altra che in Italia celebra il mito di Warhol nel trentennale della sua morte. A Matera si rivede dunque la serie delle polaroid, insieme alle solite serigrafie, stampe, poster e manifesti pubblicitari in cui divi del cinema (da Liz Taylor a Marilyn), rockstar (da John Lennon a Michael Jackson) e personaggi del jet set

come l'imprenditore-*viveur* Gianni Agnelli vengono santificati e riprodotti alla maniera di icone sacre in tiratura industriale. *Repetita iuvant*, secondo Andrew Warhola Jr, detto Warhol. Si vede qui all'opera l'ecumenica transustanziazione di cui era capace, facendo di zuppe Campbell's e detersivi Brillo Box, veri oggetti di culto della società dei consumi globalizzata, esemplata

Gianni Agnelli visto da Andy Warhol. In mostra alla Fondazione Sassi di Matera, nell'ambito della mostra *Made in Usa*

su quella statunitense. Il critico Arthur Danto parlava di «trasfigurazione del banale», intitolando proprio così un suo celebre saggio dedicato ad Warhol, pubblicato in Italia nel 2008 da Laterza.

Il docente di Estetica dell'università di Firenze, Andrea Mecacci ora parla di «grottesca estetizzazione globalizzata, tracciandone una interessante mappa, nel libro *Dopo Warhol* appena pubblicato da Donzelli. Un interessante saggio in cui indaga la costellazione di pensiero e le antinomie sottese alla moda Pop degli anni Cinquanta e Sessanta e diventata oggi una sorta di pensiero unico dopo che il Postmoderno, celebrando la fine delle ideologie, è riuscito a farci credere che il Pensiero debole non lo fosse.

Un freddo e lucido filo d'acciaio, a ben vedere, lega i *ready made* di Duchamp la sua fatua celebrazione del caos, del travestitismo, all'estetica Pop di Warhol, cantore della tarda civiltà industriale, vate di una «felicità paradossale» fatta di sole merci, in cui l'arte diventa al più un costoso gadget. Come ha ben capito Jeff Koons. Gli effetti di tutto questo sono macroscopici oggi. Il kitsch e il falso dilagano nel sistema dell'arte contemporanea, fa notare Andrea Mecacci. «Tanto che - scrive il docente di Estetica - può capitare di passeggiare nel centro di Pisa e sentirsi chiedere: "Excuse me where is Pizza Tower?"».