

LA MOSTRA. Alla galleria d'arte moderna le opere di Alighiero Boetti

I tappeti di Boetti fra ordine e caos

A due anni dalla scomparsa di Alighiero Boetti la Galleria d'arte Moderna di Roma espone le sue opere in una straordinaria mostra, curata fra gli altri dalla stessa direttrice della Gnam, Sandra Pinto. L'ordine e il caos, la simmetria e l'asimmetria, l'armonia e la disarmonia convivono nella creazione artistica dell'autore: nei disegni, nell'«Oeuvre Postale» e soprattutto nei tappeti orientali. Quel kilim, appunto, tappeto povero, reso bellissimo dai suoi straordinari colori.

ELA CAROLI

ROMA. La necessità di simmetria sembra il tema dominante dell'ultimo periodo dell'attività creativa di Alighiero Boetti. Dell'artista, scomparso poco più di due anni fa, una retrospettiva alla galleria nazionale d'arte moderna documenta appunto quel bisogno di trovare una complementarità a tutto, a cominciare dal suo nome e cognome che volle separare con una *e* come se si trattasse di due personalità differenti. Alighiero, l'uomo privato stava all'artista Boetti come lo yin allo yang, l'ordine al caos, la logica all'intuito, l'idea all'esecuzione materiale.

Del distacco tra idea e messa in opera partiva la concettualità forte di Boetti, capace di innervare anche i lavori che risalgono agli anni Settanta quando l'artista, dopo aver sperimentato l'Arte Povera passò dall'oggettualità del dato visivo all'impalpabilità di costruzioni linguistiche e giochi mentali (*niente da vedere, niente da nascondere* era il titolo di una sua opera, un semplice vetro di tre metri per quattro) invitando tutti a riflettere sul caso e sulla necessità. «È solo questione di conoscere le regole

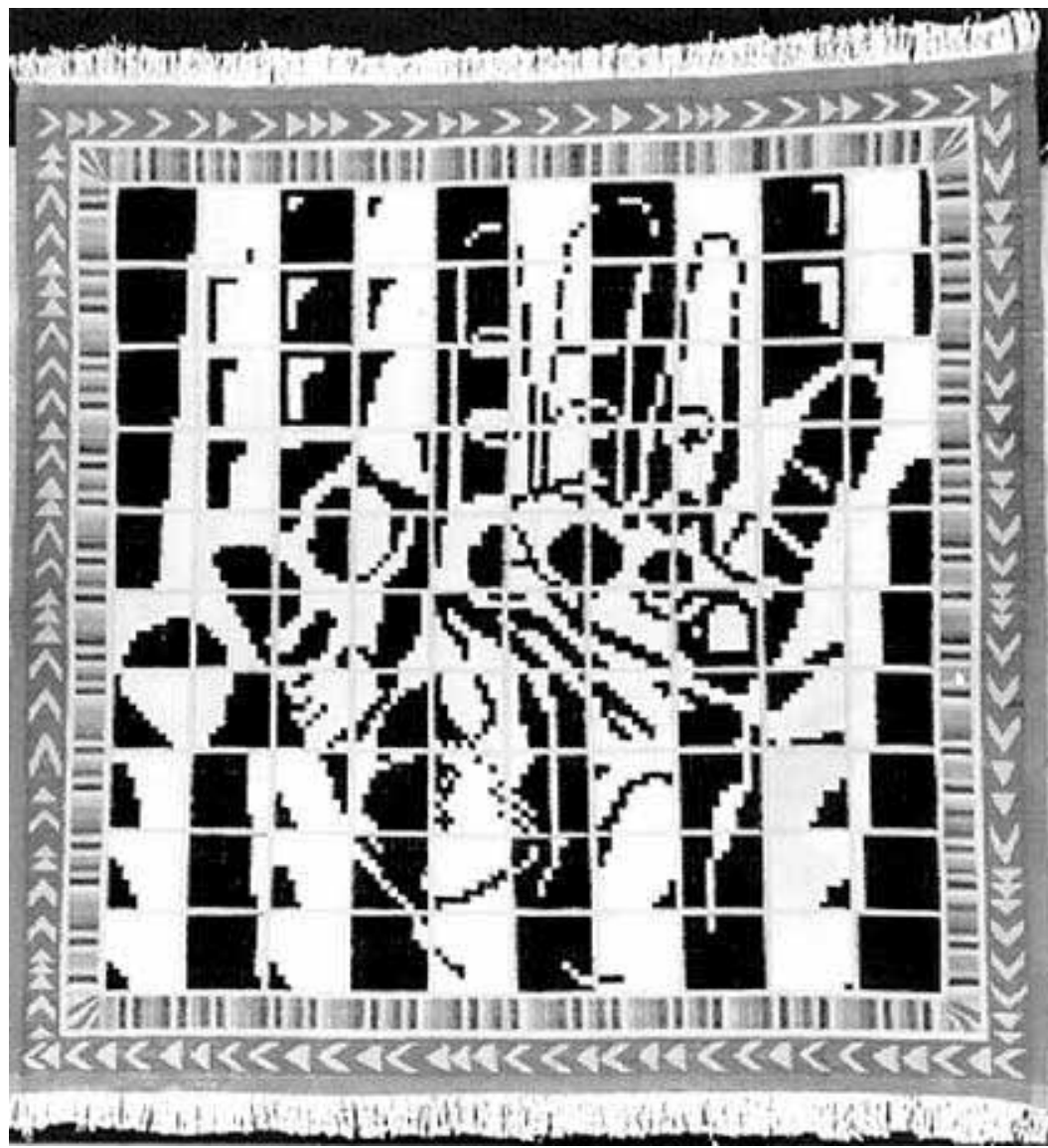
del gioco: chi non le conosce non vedrà mai l'ordine che regna nelle cose, così come di fronte a un cielo stellato chi non conosce l'ordine delle stelle vedrà solo una confusione, là dove un astronomo avrà invece una visione molto chiara».

Questa sua considerazione da alchimista dell'arte sembra aleggiare nella mostra romana, decisamente spettacolare ma intitolata semplicemente «Alighiero e Boetti: l'opera ultima» curata da Sandra Pinto con Maria Stella Margozzi, Anna Mattiolo e Massimo Mininni, visitabile alla Gnam fino al 16 marzo prossimo.

Sono ospitate le opere dal 1993 in poi: *Oeuvre Postale*, costituita da una serie di 500 buste affrancate e timbrate e altrettanti disegni, presentati in progressione numerica a invadere gradualmente lo spazio con diverse variabili formali, documento di quella pratica della *Mail-Art* che per Boetti era arte combinatoria di pensieri, francobolli e viaggi; *Tappeto* del 1994, il primo di una serie di cinque annodati a mano con trama in lana e ordito in cotone da maestranze afgane

su cartone preparatorio, e *Tutto sempre del '94*, arazzo a ricamo su cotone, eseguito da donne afgane nel fittissimo punto *ikcimen* su cotone testimoniano ambedue della volontà dell'artista torinese di coinvolgere culture diverse nello stesso iter creativo e di spostare sul campo dell'arte la dimensione artigianale; infine, la parte più suggestiva dell'intera esposizione, *alternando da 1 a 100 e viceversa*, opera del 1993 consistente in 44 tappeti kilim da una serie di 50, corredati dai rispettivi disegni modello, una sorta di geografia simbolica basata sull'intreccio della «melodia» costituita dalla trama con l'ordito che è invece l'arte portante della logica.

Infatti il kilim-tappeto povero, senza vello, usato dagli orientali per dormire, riposare, mangiare, pregare e per un'infinità di altre funzioni quotidiane - è una struttura ortogonale di fili verticali e orizzontali, secondo un antico principio di *armonia in conflitto* o logica paradossale, configurazioni che nel mondo islamico hanno una stretta analogia con la scrittura. La tessitura, nel kilim (a differenza dei tappeti annodati) non permette di creare decorazioni con motivi naturalistici a forma di curve ma solo giochi geometrici essenziali. Qui i kilim dalle dimensioni medie di 280x280 cm. presentano scacchiere di 100 quadrati ognuna, alternati bianchi e neri, in ognuno dei quali appare una progressione di quadratini pari sul nero e dispari sul bianco e viceversa a scomporre l'unità cromatica che a metà percorso attua un equilibrio di valori.



Particolare di un Kilim di Boetti, «Alternando da 1 a 100 e viceversa»

quamente le istruzioni indicate da Boetti, coniugando perfettamente arbitrio e necessità operativa.

Qui si mostra l'allestimento di *Alternando* e una delle cose più belle offerte in un museo negli ultimi anni: una visione che dà le vertigini di un'opera di sconfinamento spazio-temporale, affascinante eppure rigorosissima. L'idea di Boetti del mondo intero inteso come laboratorio è perfettamente simboleggiata. Essere se stessi ed altri assieme, senza paura della perdita di identità ma cambiando di senso al concetto di responsabilità, questa è in fin dei conti l'induzione dell'artista. Da tempo l'équipe «Boetti e gli altri» operava felicemente in questo connubio singolar-collettivo apparentemente contraddittorio, certamente basato sull'idea di alterità, cominciata all'epoca delle *Mappe*, per una felice casualità. L'artista già commissionava infatti a tessitori di Kabul l'esecuzione dei suoi arazzi con le mappe del globo terrestre; un giorno una di queste gli arrivò... sbagliata, con i mari ricamati in rosa al posto dell'azzurro.

Boetti non si chiese per quale ragione il gruppo dei tessitori aveva fatto quell'errore; superato lo stupore stette al gioco e commissionò altre mappe con i mari neri, poi color champagne e così via. Capi che, da sempre, nascosto nei tradizionali arazzi o tappeti orientali, l'errore sublime, la dissimmetria che sconvolge la logica, la dissonanza involontaria o deliberata è un atto di umiltà: attraverso l'imperfezione stessa sale l'omaggio alla superiore, perfetta armonia che è nella natura delle cose.

Ogni kilim contiene dunque 100 quadrati di 100 quadratini ciascuno, cioè 10.000 quadratini. La serie completa di 50 ne conta dunque mezzo milione, metà bianchi e metà neri. L'individuo si diluisce disperdendosi; il suo tempo e il suo luogo di provenienza si dissolvono e ne rimane l'ossatura comune.

I molteplici modi di scegliere, di operare e di vedere, incontrandosi,

tendono a ricomporre la struttura unitaria della mente e del cosmo, prodotti entrambi di un processo che ha una radice comune: ha scritto Angela Vetese presentando *alternando* a Grenoble nel novembre '93. L'orlo colorato che in ogni tappeto inquadra la composizione e ne definisce il contorno simboleggia la costante presenza dell'artista-sciamano, il suo percorso intellettuale: dopo aver dato inizio al

gioco, egli attende e segue ogni mossa degli altri partecipanti a questa metaforica partita a scacchi che è esperienza della conoscenza attraverso un cemento comune. Infatti, sotto la guida del maestro di tappeti Azam Azari i lavoranti hanno partecipato all'esperienza con una discreta libertà di creare, in virtù del sistema di tessitura dell'opera che ha permesso di non eseguire pedisse-

VENEZIA. A Palazzo Grassi le 700 foto del «Pirelli»

Immagini da un calendario Il marketing diventa arte?

VENEZIA. Questo è il giorno del debutto ufficiale del calendario Pirelli nell'olimpico dell'arte. Da oggi e fino al 16 febbraio, a Palazzo Grassi si potranno ammirare circa settanta fotografie originali che ripercorrono la storia, dal 1964 al 1997, di quello che è diventato nel corso degli anni uno «status symbol» e insieme un vero e proprio «fetico» della comunicazione aziendale. Nessun anniversario, nessuna ricorrenza particolare. È lecito quindi chiedersi il perché di questa iniziativa? Crediamo di sì. E la risposta è semplice: la mostra di Palazzo Grassi, destinata ad approdare a Milano prima di volare all'estero, rientra nella strategia di un forte rilancio dell'immagine della Pirelli nel mondo. Al pari, si lascia scappare qualcuno dell'azienda, della sponsorizzazione dell'Inter, investimento quanto mai proficuo dal punto di vista del prestigio del marchio. Si tratta di marketing quindi, e di comunicazione aziendale. È meglio chiarirlo subito. Inopportuno quindi parlare di arte, inutile riferirsi al Settecento, come è stato fatto avventatamente nei comunicati stampa di Palazzo Grassi, per citare le teorie estetiche di Johann Winckelmann: quando la si spara grossa si rischia sempre di insospettire. Meglio quindi sgombrare il campo da equivoci. Marco Tronchetti Provera ci fa sapere che: «La fotografia è indubbiamente arte e quindi cultura, e la diffusione della cultura è un obiettivo che la Pirelli intende perseguire». Un'affermazione che ci sentiamo di sottoscrivere. Peccato che l'amministratore delegato della Pirelli arrivi a questa conclusione partendo dalla mostra del «suo» calendario e attraverso un'equazione piuttosto frettolosa: calendario = fotografia = arte = cultura. Allora ribadiamo che il calendario Pirelli non è arte. Intanto perché non si commissiona l'arte per farla approvare ad un consiglio di amministrazione. E poi perché, anche per quanto riguarda la fotografia, la storia dell'arte l'hanno scritta e la stanno scrivendo altri nomi rispetto a quelli che hanno fatto invece la fortuna del famoso calendario. Ha cercato di spiegarlo lo studioso e docente universitario Italo Zannier, nell'introduzione al catalogo della mostra, citando i fotografi Robert Frank, Henri Cartier-Bresson, William Eggleston, Garry Winogrand, Lewis Baltz, Nicolas Nixon, Andres Serrano, Sebastiao Salgado, Gabriele Basilico, anche se poi il suo intervento ha finito per assolvere il

UMBERTO SEBASTIANO

compito che gli era stato assegnato, e cioè quello di legittimare culturalmente l'operazione di Palazzo Grassi. Una premura non necessaria, perché sarebbe bastato ricondurre l'esposizione alla sua collocazione naturale, che non è quella dell'arte né quella della fotografia, ma che è piuttosto quella del costume, del design commerciale, della cultura materiale, del prodotto industriale. Infatti le fotografie esposte a Palazzo Grassi non possono, nonostante l'allestimento l'abbia forse suggerito, essere indipendenti dal prodotto per le quali sono state concepite. E il prodotto in questione è un sofisticato strumento di comunicazione aziendale che appartiene alla cultura materiale, ai miti della comunicazione massificata: un divertente paradosso per un oggetto che deve il successo principalmente alla sua esclusività.



Immagine dal Calendario Pirelli

Detto questo vi assicuriamo che l'esposizione è decisamente gradevole, soprattutto per tutti coloro che sono affascinati dalla bellezza femminile. L'allestimento dell'architetto Aulenti è sobrio ed elegante e permette alla bellezza prorompente delle modelle di apparire nel suo splendore. Su una cosa nutriamoci però ancora qualche perplessità, e cioè sul fatto che attra-

verso le immagini del calendario si possa rivivere la storia del costume occidentale degli ultimi quattro decenni. Per la verità quello che qui si ripercorre è la presunta evoluzione di un certo tipo di immaginario erotico maschile, quello della classe dirigente, arrivando poi alla conclusione che non è cambiato affatto. Un immaginario tranquillizzante, conservatore, ancorato ad archetipi inaffondabili. Le stesse labbra socchiusse, gli stessi sguardi languidi, la bellezza a fior di pelle delle teen-agers, quella sensualità che non ha bisogno di interpreti e di mode. Ma per riflettere sul mondo e sulla sua follia questo non basta. Ci vorrebbe un'edizione del calendario Pirelli affidata alla fotografa Doris Kloster: un reportage fotografico da quelle case di «piacere» americane dove molti uomini di successo, forse anche quelli delle liste vip della Pirelli, vanno a farsi sodomizzare dalla «dominatrix» di turno. C'è una scena simile nel film-scandalo «Tokyo decadence»: un ricco manager paga profumatamente per farsi umiliare da due prostitute. Una delle due fa all'altra: «Ti sembra strano? Hanno fatto troppi soldi senza sudarseli e questo è il loro modo di pagare il conto».

ANCHE LA RADIO E LA FILODIFFUSIONE

IL CINEMA IN SALA, IN TV, IN HOMEVIDEO

- LE TRAME
- I GIUDIZI
- LE RECENSIONI
- I CIRCUITI PRIVATI E I SATELLITI
- LE SCHEDE DEI FILM DEL MATTINO E DELLA NOTTE
- CURIOSITÀ NOTIZIE ANEDDOTI

ED INOLTRE

- LA PROGRAMMAZIONE DETTAGLIATA DELLE RADIO PUBBLICHE E PRIVATE E DELLA FILODIFFUSIONE

TUTTI I FILM DI TUTTE LE TV

FILM TV, L'UNICO SETTIMANALE DI CINEMA, È IN EDICOLA