

Dieci anni fa moriva Andy Warhol. La sua rivoluzione riguardò l'arte o la coscienza degli Stati Uniti?

L'INTERVENTO

Ma era solo marketing

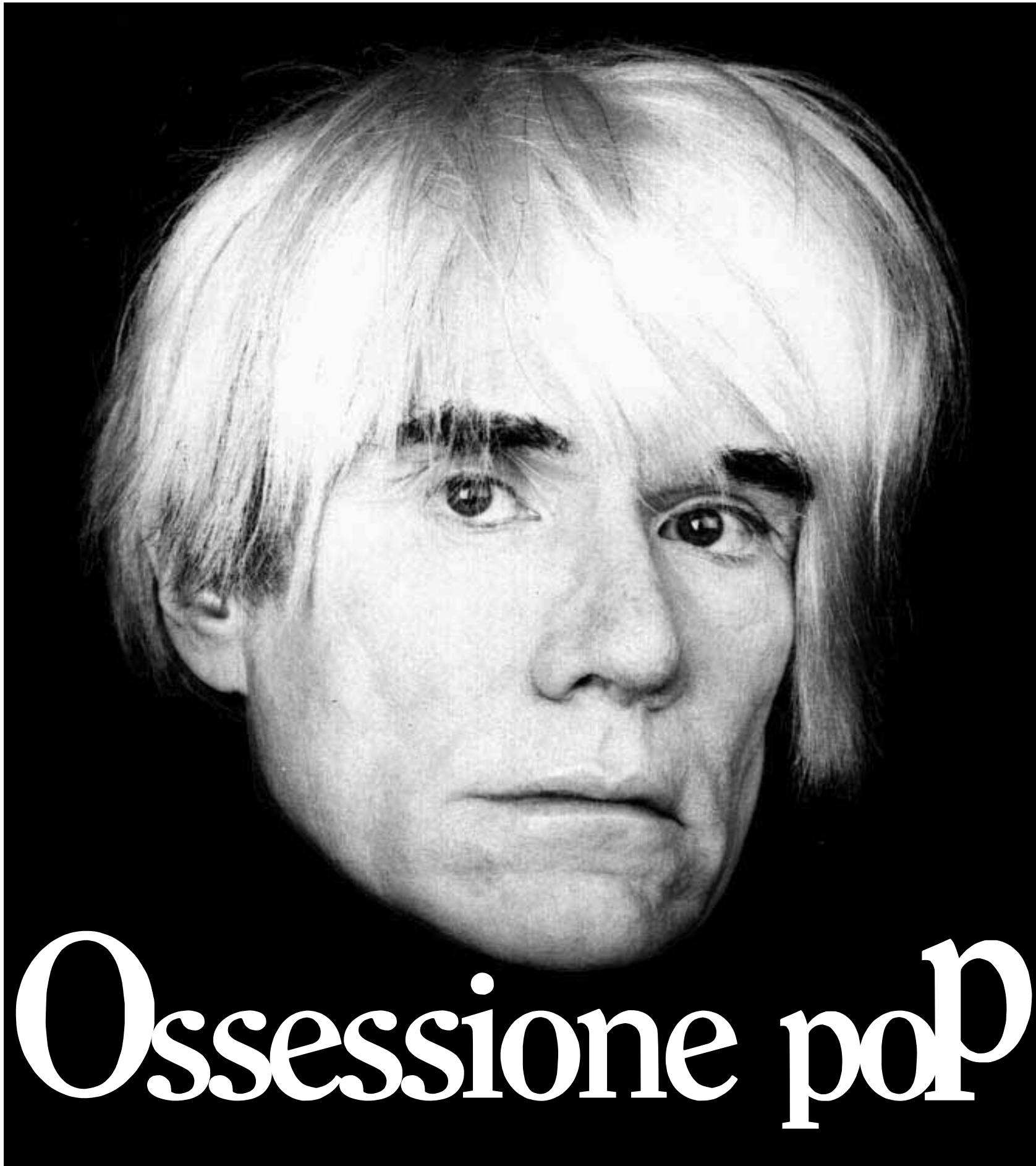
ENRICO GALLIAN

ANDREW WARHOLA: così fu registrato all'anagrafe di Forest City colui che poi diventerà Andy Warhol. Neanche lui sapeva se l'anno fosse il 1928, il '29 o addirittura il '31. Non è stato mai un artista così come lo intendiamo noi, piuttosto un furbo pubblicitario che si era impadronito tecnicamente degli strumenti per la riproduzione (del manufatto, dell'opera-manichetta, depliant, allestimenti di vetrine, illustrazioni per riviste di moda e costume). In cinque anni - dal 1945 al 1949 compreso - si decide il suo destino di operatore visivo ricco e famoso. La sua biografia è tutta in queste date: dal '45 al '49 è al Carnegie Institute Technology, a Pittsburgh, in qualità di studente lavoratore. Conosce Philip Tearlstein, un collega di studi. Durante le vacanze lavora per un grande magazzino. Nel giugno del '49 conclude gli studi conseguendo il titolo di «Bachelor of Fine Arts». Si trasferisce a New York, dove va a vivere assieme a Philip Perlestein in un appartamento nella St. Mark's Place, situata nel Lower Eastside. Lavora come grafico pubblicitario per *Vogue* e *Harper's Bazaar* e crea i primi disegni pubblicitari per la famosa ditta di calzature Miller. Allestisce vetrine per il grande magazzino Bonwit Teller. Accorcia il suo nome in Andy Warhol.

Diventa superstar nel mondo della comunicazione sontuosamente commerciale. La sua filosofia estetico-economica è racchiusa in questa dichiarazione: «... Guadagnare denaro è arte; lavorare è arte; e fare affari è arte per eccellenza». Sebbene durante gli anni Cinquanta l'artista continuasse a produrre disegni a linea continua con penne a sfera - ciò vale ad esempio per i suoi disegni di ragazzi a carattere sostanzialmente privato - fu la tecnica della *bottled line* (la stampa su carta assorbente successiva al disegno su carta impermeabile), quella cui fece più frequentemente ricorso per la sua produzione pubblica. Il passaggio alla silografia, litografia ma principalmente impressioni su tela emulsionata con diapositive e fotografie (tecnica serigrafica per eccellenza), fu brevissimo. Impadronendosi della tecnica assieme ad altri artisti che provenivano dall'Espressionismo astratto - Rauschenberg, Lichtenstein - Warhol, dietro committenze più che danarose, divenne il portavoce ufficiale del prodotto industriale americano di consumo. E naturalmente della tecnica serigrafica che impostò il mondo. In poche parole la sua operazione visiva fu un'astuta operazione di marketing dell'immagine del prodotto Warhol-Brillo, Warhol-Campbell's soup, Warhol-Monroe, Warhol-Prezley, Warhol-Brando, etc. etc. etc.

ANCHE UN qualsiasi incidente automobilistico mortale, o la sedia elettrica, per l'artista pubblicitario potevano diventare business, ossia «affare» artistico commerciale. Veicolando con la tecnica serigrafica - tecnica peraltro che Warhol ormai usava in modo straordinario - lutti e assassini politici, figure carsmatiche come Mao, Jacqueline Kennedy, la bellissima testa di Marilyn Monroe imbruttita dall'immagine del volto di Mao in sovrapposizione: pretesti per imporre ancor più nel mondo, il paese dove può accadere tutto e il contrario di tutto, l'Atlantide allo scoperto oppure la sua rifondazione attraverso i veicoli delle tecniche industriali. Ferace assertore della riproducibilità tecnica, antagonista contrario all'unicum dell'opera, in fondo Warhol nasconde il suo dilettantismo artistico. Si racconta che, studente della scuola d'arte, non sapesse disegnare una mela. E che andasse in giro per gli studi dei pittori a chiedere consigli confessando di essere un incapace.

Dalle parti di New York si aggiravano fior di artisti: Marcel Duchamp, Man Ray, Stieglitz, Afro, Burri, Scialoja e non solo, c'erano anche artisti americani che attingevano dall'arte europea il saper fare un quadro, un'opera d'arte insomma, che non scalfirono minimamente il nostro artista. Nel 1956 Warhol intraprende un viaggio intorno al mondo, durante il quale rimane particolarmente impressionato da Firenze. Comunque non successe nulla. Nel 1964, prima personale in Europa nella dependance parigina della Sonnabend Gallery, dove vengono presentate le opere serigrafiche «I fiori». Parti da qui la colonizzazione europea che poi passò, sempre in quell'anno, alla Biennale di Venezia. E fu il trionfo commerciale dell'arte americana. Mercanti e centri di servizi intelligenti, a suon di centinaia di dollari, esportarono nel mondo l'ideologia americana del prodotto nazionale. A loro esclusivo vantaggio. Non è così che andarono gli «affari» artistici nel mondo?



Osessione pop

A Rivoli i suoi dipinti per bimbi

Se il rapporto aveva Andy Warhol con i bambini? La leggenda dice che quando ne incontrava (a suo parere) di stupidi, esclamava: «Oh Dio, un altro!», e che invece se aveva la possibilità di frequentarne (sempre a suo parere) di «carini e intelligenti», ci passava ore e ore a giocare. Indiscrezioni, dubbi e misteri risolti dalla mostra in corso al Castello di Rivoli. E tutto merito del gallerista svizzero di Warhol, Bruno Bischoferger che chiese a Andy di dipingere quadri per i propri figli, se abbiamo almeno la possibilità di sapere cosa Warhol dipingeva per i bambini. Orsacchiotti gialli e blu che battono sul tamburo; robot dalla testa simile a una zucca di Halloween; navicelle spaziali in rosso mattone...

CLAUDIO ZAMBIANCHI
 ■ La cifra forse più caratteristica del lavoro pittorico di Andy Warhol è l'apparente assenza del coinvolgimento personale da parte dell'artista nella scelta dei temi e nella esecuzione dei dipinti: le immagini provengono dall'immenso repertorio della cultura di massa e il mezzo per riprodurle è quello del telaio serigrafico, su cui esse vengono trasferite fotograficamente e poi stampate sulla tela, spesso in serie, senza interventi manuali da parte del pittore: la parte esecutiva del lavoro è delegata agli assistenti. Quando Warhol inizia a usare questo metodo, all'alba degli anni '60, è già in atto nell'arte americana - da parte di pittori «new dada» come Jasper Johns e Robert Rauschenberg - una reazione all'individualismo, alla forte emotività e ai contenuti filosoficamente alti della pittura della generazione precedente, quella dell'Espressionismo Astratto di Jackson Pollock e compagni. La pittura di Warhol si inserisce nel solco di questa reazione e la conduce al limite estremo.

La lettura dell'opera di Warhol come anaffettiva nei contenuti e impersonale nelle forme è quella che più si lega alla mitologia dell'artista: Warhol l'ha propagandata in innumerevoli occasioni - una delle sue frasi più celebri è «Voglio essere una macchina». Lo stesso hanno fatto amici, assistenti e critici a lui vicini: ad esempio Gerard Malanga, il poeta che nel '63, giovanis-

simo, divenne suo assistente, ha sottolineato: «Andy voleva tenere l'elemento umano fuori dalla sua arte». E tuttavia, la quasi totalità delle opere eseguite tra il 1962 e il 1965 può prestarsi a una lettura diversa. Questi lavori si possono dividere in due gruppi e comprendono alcune delle opere più famose di Warhol: quelle dedicate alle celebrità, da un lato - a Marilyn Monroe, a Liz Taylor, a Jacqueline Kennedy -; e quelle dedicate a incidenti stradali, quelle elettriche, bombe atomiche, suicidi, violenze razziali dall'altro. Per questo secondo nucleo di lavori, che ha a che fare con la violenza istituzionale o la morte violenta accidentale in America, Warhol come punto di partenza si serve di istantanee pubblicate da riviste di terza categoria; o addirittura delle foto scartate dalle redazioni perché troppo sanguinarie e di quelle scartate dalla polizia sulla scena degli incidenti: automobili rovesciate, corpi insanguinati, un cane che lacerava i calzoni di un dimostrante nero, una scarpa schiacciata sotto due ruote gigantesche.

E Marilyn scompare...
 Sebbene più paludate, anche le immagini delle celebrità ruotano attorno al tema della morte. Warhol comincia a lavorare sulle Marilyn poche settimane dopo il suicidio dell'attrice: è per il carattere commemorativo dell'opera che nel

pannello di sinistra del grande dittico del '62 a lei dedicato, l'immagine dell'attrice tende progressivamente a integrarsi con lo sfondo e a scomparire. I nove ritratti che compongono l'opera *Nine Jackies* alternano il volto felice della sposa di John Kennedy e quello velato della vedova in lutto. La stessa Liz Taylor sembra scelta proprio per la sua salute fragilissima: a causa di essa l'attrice aveva dovuto interrompere le riprese di *Cleopatra* (nelle cui vesti appare in un lavoro di Warhol del 1963).

In tutte queste immagini Warhol fa leva sul complesso rapporto, fatto di attrazione e repulsione, che nella civiltà di massa il pubblico intrattiene coi fatti di cronaca nera, con la malattia e la morte viste sui rotocalchi o in tv. Sul significato di questa operazione esistono due punti di vista. Il primo è in linea con l'immagine che Warhol proponeva di se stesso, cinico ed emotivamente distante nelle sue scelte tematiche: «La mia serie sulla morte - ha detto una volta l'artista - era divisa in due parti, la prima parlava delle morti famose e la seconda della morte di gente che nessuno ha mai sentito nominare (...). Non è tanto che mi dispiaccia per costoro, è solo che la gente passa e non le importa nulla che uno sconosciuto sia morto (...). A me ancora importa delle persone, ma è troppo dura: sarebbe più facile disinteressarsene». Sono in molti a pensare che la ripetizione

Disumano o inquietante?

Tuttavia, in un articolo pubblicato dieci anni fa, poco dopo la morte di Warhol, e riproposto recentemente come primo capitolo di un libro dedicato ai rapporti tra l'arte e la cultura di massa (*Modern Art in the Common Culture*, Yale, 1996), il critico Thomas Crow propone un'interpretazione diversa di questi lavori. Dietro l'apparente indifferenza dell'artista per i temi trattati esisterebbero in realtà interesse e coinvolgimento. I soggetti e la maniera ossessiva in cui compaiono mettono in crisi la visione tranquillizzante del modo di vivere americano. Come i *film noir* dei due decenni precedenti avevano trasmesso l'immagine di un uomo moderno dominato da impulsi primitivi, oscuri e incontrollabili, così Warhol, secondo Crow, propone una *peinture noire* che trasmette una visione «cruda, disillusa e pessimistica della vita americana». Prima che il cliché dell'artista cinico e indifferente inizi ad adattargli davvero, insomma, Warhol avrebbe cercato di recuperare dalla cultura commerciale americana una possibilità di dire alcune verità sulla realtà che lo circondava. Quanti altri artisti pop - conclude Crow - possono dire di aver fatto altrettanto?

Ping pong fra arte e televisione E fu ironia

ENRICO MENDUNI

La riproducibilità tecnica dell'opera d'arte non è nata certo con Andy Warhol. Secoli di incisioni e litografie, di statue e statuette, di cartoni da cui ricavare affreschi e figure, sono lì a dimostrarlo. L'arte moderna, sempre alla ricerca di un mercato - visto che non ci sono più principi rinascimentali, mecenati, cattedrali da edificare - ha cercato di creare multipli, riproducibili tecnicamente in decine o centinaia di esemplari, e cambiare così il mercato dell'arte abbassando la sua soglia di accesso. Warhol ha seguito questa strada con una intuizione in più. Ha compreso che il linguaggio egemonico era quello delle comunicazioni di massa, e chi voleva rivolgersi a questa massa, anche se in alcune sue componenti più avanzate, doveva fare suo quel linguaggio. Ha capovolto le gerarchie per cui l'arte visiva era alta cultura, e la televisione un genere basso: sfruttando piuttosto il carattere visivo del linguaggio televisivo e la sua capacità, propria anche della pittura, di oltrepassare la scrittura e i suoi valori, rivolgendosi in forma non mediata a chiunque abbia occhi abituati alla realtà parallela della visione e della televisione.

Naturalmente Warhol non era il tipo da accodarsi passivamente alle regole del broadcasting televisivo; la sua operazione culturale fu quella di introdurre ironia e un pizzico di trasgressione, alterando gli elementi della rappresentazione fino a darle un senso sostanzialmente diverso quanto apparentemente simile, agrodolce, pungente. Per questo la pittura di Warhol è andata a colpire la pubblicità, l'aspetto più feticista della rappresentazione televisiva, il trionfo degli oggetti - anche soltanto una scatola di zuppa di pomodoro - nella loro ripetitività insistente e un po' ossessiva. La molteplicità degli oggetti artistici riproduce, in modo acidulo, la stessa ripetitività che chiede di essere comprata e guardata che è propria di quegli oggetti rappresentati; siano essi la pubblicità di oggetti di largo consumo, o la «pubblicità politica» dei leader dei grandi movimenti, come Mao, o dei divi come Marilyn, o di esponenti del consumismo più vistoso e feticista come i travestiti. Allora, come è noto, l'operazione fece scalpore. Sarebbe stata forse facilmente integrata nei circuiti dell'arte, collaudati per sopportare trasgressioni ben più esasperate: ma qui si trattava di un circuito più largo, «pop», popolare.

L'onda d'urto si diffuse in lungo e in largo, intrecciandosi con un clima di contestazione che dagli anni '60 percorreva il decennio successivo. La cosa interessante è la capacità che ha avuto la pubblicità di raccogliere la provocazione di Warhol e di rilanciarla. È stato come prendere da terra una bomba a mano che ci è stata lanciata e respirla al mittente, proprio in tempo perché non ci scoppi tra le mani. Il linguaggio pop dell'arte pittorica media e mediale, così bene interpretato da Warhol, è diventato il nuovo linguaggio della pubblicità. È servito a svechiare i linguaggi logori che provenivano dalla cartellonistica, che animavano immagini nate all'origine per essere ferme. Sostanzialmente è servito alla parte più creativa della pubblicità nel momento in cui cercava di vincere una storica battaglia sulla parte più enunciativa, predicatoria. Se vediamo la pubblicità oggi, assistiamo ad una grande epopea pop; le colorazioni ironiche degli oggetti di Warhol sono oggi la norma, non la trasgressione. L'ironia è il codice per rendere gli oggetti percepibili, con quella vena di separazione dalla massa pur essendo parte, che è peculiare dell'arte di Warhol.

