

ANDY WARHOL

la pubblicità della forma

di ANNA MARIA SANTORO

LA «FABBRICA del vapore» è nella zona Nord di Milano. È un complesso di edifici dedicati all'arte che deve il nome alle industrie nelle quali nei primi del Novecento venivano fabbricate carrozze a trazione a vapore per ferrovie e tramvie. Dopo vari interventi che ne avevano modificato l'assetto originario, nel 2000 l'intera area viene ristrutturata diventando uno spazio per set cinematografici, sfilate di moda, laboratori creativi, spettacoli, performance e mostre.

Entrando, si ha l'impressione di essere in un luogo dove l'attività di un tempo, in cui il prodotto aveva un fine utilitaristico, si trasforma in una dimensione creativa nella mostra «*Andy Warhol. La pubblicità della forma*» nella quale il prodotto non risulta né merce, né completamente arte, nell'accezione heideggeriana. Curata da Achille Bonito Oliva con la collaborazione di Edoardo Falcioni, e visitabile fino al 26 marzo 2023, con oltre trecento opere tra cui dipinti, serigrafie, disegni, fotografie, cover, T-shirt, immagini di fiori psichedelici, di incidenti d'auto e sedie elettriche, essa si articola in sette aree tematiche: l'arte pubblicitaria; le icone; le drag queens; i rapporti con la musica; il mondo della moda; i nuovi simbolismi; il rapporto con il sacro.

Nato in Pennsylvania a Pittsburgh nel 1928 da immigrati slovacchi, Warhol apprende i primi rudimenti di pittura all'età di otto anni dalla madre. Quando nel 1942 perde il padre, riceve in eredità una somma di denaro che gli consente di proseguire i suoi studi. Dopo la laurea nel 1949 in disegno pittorico, si trasferisce a New York con l'obiettivo di intraprendere la carriera di pubblicitario modificando il suo vero nome, Andrew Warhola, in Andy Warhol. Negli anni Cinquanta lavora per rotocalchi quali *Vogue*, *Glamour*, *New Yorker* e *Harper's Bazaar*. «*Quando disegnavo scarpe per le riviste – si legge nel catalogo della mostra che riporta anche alcune testimonianze che lo stesso artista aveva rivelato nel suo libro «The philosophy of Andy Warhol: from A to B and back again – prendevo una certa somma per ogni scarpa, così contavo le scarpe per calcolare quanto avrei guadagnato. Contandole, sapevo di quanto denaro avrei potuto disporre».* Quel libro, in realtà, è una biografia-autobiografia, redatta da Pat Hackett e Bob Colacello sulla base di conversazioni e interviste registrate con il fine di essere pubblicate.

Quando Warhol crea le prime opere d'arte, la critica lo stronca perché realizza i lavori con la tecnica della serializzazione: su grandi tele ripro-

duce molte volte la stessa immagine, di personaggi famosi e marchi commerciali, alterandone i colori. Nel 1962 alla «*Ferus Gallery*» espone trentadue tele di identiche dimensioni che raffigurano, ciascuna, i barattoli di zuppa «*Campbell's*». Farà la stessa operazione con i ritratti di molte celebrità: Marilyn Monroe, Mao Zedong, Lenin, Liza Minnelli, Susanna Agnelli, Michael Jackson, Brigitte Bardot, Elisabetta II, l'imperatrice iraniana Farah Pahlavi. Nel 1963 realizza «*Thirty are better than one*» con il volto di Monna Lisa raffigurato trenta volte su un'unica tela: «*La Gioconda viene trasformata in un'opera di tutti e per tutti*» scrive Edoardo Falcioni, «*compito dell'artista non è più creare, ma riprodurre*» come in un'azienda. Ed è all'idea di azienda con dipendenti e collaboratori che si ispira il primo studio di Warhol nel 1962: lo chiama «*Silver Factory*». È un luogo di incontro di creativi, al quinto piano del 231 East 47th Street a Midtown Manhattan, nel quale dà vita a quadri, film, copertine di riviste, perfino una rivista. Nella mostra alla «*Fabbrica del vapore*» esso è ricostruito fedelmente: con un divano rosso e le pareti argentate. Dal 1968, anno in cui subisce un attentato all'interno di quello studio, Warhol cambierà diverse sedi ma conservandone sempre il nome: «*The Factory*».

La sua genialità non è compresa immediatamente dal gallerista Leo Castelli che cede alla richiesta di Jasper Johns di non ammetterlo nella sua scuderia. Lo accoglierà solo nel 1964 dopo la personale alla «*Stable Gallery*» di New York in cui Warhol espone le «*Brillo Box*», anch'esse in mostra a Milano: «*Si tratta di sculture identiche alle scatole di pagliette saponate Brillo in vendita nei supermercati*», si legge nel testo di Falcioni, che vennero realizzate in legno con etichette serigrafate, come le originali. L'arte di Warhol è quella di portare nei musei le immagini di prodotti, quali «*Campbell's*», «*Coca Cola*» e hamburger, che fino ad allora erano prerogativa dei supermercati: «*Il teatro di Warhol è l'America dove la merce è la grande madre*», scrive Achille Bonito Oliva. E non a caso la prima sala accoglie i visitatori con la «*BMW M1*» che nel 1979 partecipò alla «*24 ore di Le Mans*» dopo che Warhol l'aveva dipinta in soli ventotto minuti facendosi riprendere da una telecamera e dichiarando «*Ho provato a mettere in immagini la velocità*».

La mostra contiene anche riflessioni sul sacro, in «*The Last Supper*» realizzata poco prima della morte nel 1987.