

# Cortine di ferro, forme di gesso, immagini in dissolvenza: sull'allestimento di Classico Manifesto

Alberto Ferlenga, Silvia Cassetta

Sui muri delle città, sulle recinzioni metalliche, sui tabelloni che bordano le strade, i manifesti pubblicitari offrono profondità a buon mercato. Gli spazi che contengono – interni raffinati, paesaggi agresti, piazze fantastiche – spezzano la monotonia dei recinti urbani per rappresentare un mondo analogo al reale ma interscambiabile e cangiante.

## figure dell'assonanza e della memoria

Le figure che li popolano replicano gesti e posizioni, che, come i luoghi che le ospitano, giocano su assonanze, memorie, spiazamenti. La loro vita è effimera, le superfici patinate, che contengono prospettive che la città non sa più creare, si trasformano presto in brandelli. Lingue cartacee confondono spazi e figure, interni ed esterni, intonaci e colle, si sovrappongono in una stratigrafia del contemporaneo i cui frammenti, nel perdere la propria forma, ne ricordano altre. Come sulle pareti di una cava, su quelle di una città le strategie di intervento o di vendita mutano se stesse in segni; la materia corrotta e le figure strappate diventano squarci, striature; la merce lascia tracce evocatrici ed astratte, crea vuoti ricorrenti, sfondamenti che trasformano le superfici in volumi. Sui muri permangono lacune e nelle lacune si insinuano altre figure. Come accade in antiche città, anch'esse diventeranno, col tempo, materiali, utili ad arricchire di nuovi luoghi la geografia composita dei piani murari.

## l'immagine sostenuta

Il tema dell'*immagine sostenuta* ha suggerito il gesto progettuale che guida tutta l'esposizione 'Classico Manifesto', il percorso è infatti organizzato lungo lame metalliche su cui scorrono frasi, a cui si appoggiano schermi e da cui emergono forme e immagini che mettono a confronto, nel linguaggio della pubblicità, classico e contemporaneo. La struttura espositiva è composta da corpi metallici che, come una serie ravvicinata di schegge o una spina spezzata, dividono l'atrio della Triennale indicando una direzione

e definendo un'area. L'immagine ferrosa e grezza dei corpi espositivi si oppone a quella patinata di cui si avvale la pubblicità, materiali non raffinati e grezzi in antitesi con la ricerca esasperata di perfezione ed esclusività nella comunicazione visiva odierna.





Foto di: Fabrizio Marchesi

La finalità del muro centrale che caratterizza la struttura espositiva è quella di dare un luogo al confronto tra copie di statue classiche e immagini commerciali che ne riprendono le posture. I corpi metallici sono dunque elementi di supporto o di contorno, superfici e volumi spezzati che lasciano emergere, dalle loro fratture, i calchi in gesso, esaltando, grazie al materiale ferroso impiegato, i contrasti tra eleganza e rudezza ed evidenziando forme e biancore delle statue.

La plasticità dei gessi si oppone alla forma frammentata e spigolosa della struttura e gli squarci che interrompono i corpi espositivi permettono, a tratti, una percezione simultanea di statue, video e manifesti creando punti di vista sempre diversi in prossimità delle pause, tra un frammento di parete e l'altro.

Si determina così, con la maniera più classica di esporre, un rapporto alla pari tra l'immagine e l'osservatore che viene obbligato a un confronto diretto, senza mediazioni o filtri, a una lettura nella quale anche le interruzioni costituiscono un'occasione di confronto proponendo la sovrapposizione di diversi piani di rappresentazione e contribuendo a moltiplicare, in chi osserva, la massa dei riferimenti.

La profondità visiva e le sovrapposizioni di piani che vengono proposte intendono evocare ciò che nella realtà avviene con l'interagire di immagini, rumori, azioni, corrispondenze. La forma dell'espore riprende, d'altra parte, figure allestitivo tipiche dell'arte figurativa istituendo un ulteriore confronto tra il modo di esporre l'arte e quello di comunicare immagini pubblicitarie, ben sapendo che l'espressività artistica e quella pubblicitaria hanno, in fondo, un'unica finalità, quella di colpire l'osservatore, di suscitare emozioni, di attrarre, di mettere in evidenza l'esclusività del soggetto.

\*Il contributo è tratto da *Classico Manifesto. Temi della tradizione classica nella pubblicità italiana (XV-XXI secolo)*, catalogo della mostra (Milano, 12 febbraio - 24 marzo 2008), a cura di Monica Centanni, Fondazione Valore Italia, Roma 2008.

Foto di: Lilli Doriguzzi

