

FABIANA GIACOMOTTI

■ Qualche sera fa, nella sede della Collezione Maramotti a Reggio Emilia, l'artista londinese Emma Hart ha presentato l'installazione *Mamma mia!* con cui ha vinto il Max Mara Art Prize for Women, visitabile fino al prossimo febbraio. L'opera di Emma – che entrerà a far parte della collezione ma la cui eco si è già estesa abbastanza da portare all'at-

L'inglese ha goduto di un soggiorno comprensivo di scuola per la figlia e di una preparazione specifica di sei mesi fra Milano, Roma, Todi e Faenza

tenzione delle istituzioni artistiche mondiali questa quarantenne dalla tipica estetica punitiva che si infliggono le belle donne per essere prese sul serio – è una riflessione sui rapporti familiari che evoca al tempo stesso il mito della caverna di Platone e la fotografia dei film di Murnau: una rete, quasi un network parentale di teste di ceramica illuminate che dialogano fra di loro e sotto le quali si proiettano, oltre a oggetti e simboli, i visitatori stessi.

Per realizzarla, Hart ha goduto con la sua famiglia della più antica e al tempo stesso moderna forma di mecenatismo efficace nella formazione di un artista: un soggiorno comprensivo di scuola per la figlia e di una formazione specifica di sei mesi in Italia fra Milano, Roma, Todi e Faenza, comprese due settimane estive sul lago d'Orta. A Milano, Emma Hart ha trascorso due mesi presso il Via Farini VIR-DOCVA nell'ambito di un programma internazionale di residenze artistiche, facendo ricerca attorno al famoso Approccio Sistemico di Milano di terapia familiare con lo psicoterapeuta Matteo Selvini. A Roma ha affiancato per una settimana la ricercatrice di Princeton Katharine Huemoeller in un progetto sulle relazioni e le strutture familiari nell'antica Roma. A Todi è stata presa in carico dall'associazione del figlio di Alighiero Boetti, Matteo, per un periodo di tutoring, e quindi, a Faenza, ha studiato la produzione ceramica presso il Museo Carlo Zauli. Un'esperienza che per chi «non ha praticamente mai lasciato Londra», come confessa candidamente, è stata «un cambio di vita che ha aperto infinite porte, reali e metaforiche» e che, senza grandi mezzi e relazioni, non le sarebbe stato possibile nemmeno immaginare. Hart vive con uno stipendio da insegnante, il marito è un consulente. La Whitechapel Gallery di Londra, che affianca Max Mara nella cura del premio, ha in mente grandi progetti per lei e d'altronde una delle vincitrici delle scorse edizioni, Laure Prouvost, dopo questo riconoscimento vinse il Turner Prize.

Senza questo supporto, è molto probabile che nessuna di loro avrebbe visto un'accelerazione così rapida della propria carriera; come è improbabile che Erik Satie sarebbe riuscito a mantenersi senza Paul Poiret e la maggioranza degli artisti di tutte le epoche senza un committente che, oltre a volere una o più opere per sé, fosse abbastanza lungimirante da sostenerne anche la formazione (come Giulio II, che passava il tempo a litigare con Michelangelo sul prezzo del lapislazzulo con cui produrre il blu degli affreschi della cappella Sistina).

La storia ha molte occasioni e modi per ripetersi,



L'installazione *Mamma Mia!* di Emma Hart, esposta presso la Collezione Maramotti

DARIO LASAGNI

Max Mara *maison* d'artista

Progetti | *La casa di moda ha sostenuto la residenza in Italia e la formazione di Emma Hart. Riscoprendo il mecenatismo*

adeguarsi e rinnovarsi; dunque, se mai vi capitasse di entrare nella chiesa di Trinità dei Monti a Roma, cercate la tomba di Charles Errard. Non vi è sepolto per meriti familiari o artistici, ma come primo direttore dell'Académie de France a Roma, la celeberrima Villa Medici che compare alla sinistra di tutte le foto della scalinata e che il ministro delle finanze di Luigi XIV, Jean Baptiste Colbert, acquistò nel 1666 per farne «una residenza a favore degli studenti francesi, perché si avvantaggio di quanto l'Italia conserva di più rimarchevole nella pittura, nella scultura e nell'architettura». Al mediocre ma attivissimo Errard l'idea era venuta nel corso di un primo soggiorno alle pendici del Pincio, e il Re

Sole l'aveva trovata abbastanza interessante da affidare a lui la guida del progetto e a Colbert la ricerca degli stanziamenti necessari. I borsisti dell'Académie dovevano eseguire delle copie delle opere d'arte studiate per «la casa del re», redigere dei piani degli edifici più interessanti e coltivare nel tempo la propria arte. Per questo venivano mandati a bottega dai migliori del tempo, come Gian Lorenzo Bernini, che il 1 giugno 1672 scrive a Colbert una lettera ossequiosa ed entusiasta sui «presenti giovani dell'Accademia di S. M. (Sua Maestà), che sono ritornati in Parigi, (e per i quali) non posso abbastanza esprimere quanto ne i buoni costumi della vita e nell'amore dello studio siano sempre

stati obedientissimi e diligentissimi, non tralasciando fatica né incomodo veruno, ma sempre con una assiduità e amore indicibile».

La pratica del «pensionato» o «residenza», andata perduta per quasi un secolo fra i grandi imprenditori e poco praticata anche dai governi – richiedendo impegno, capacità di scelta, commissioni preparate e non clientelari o familiste (si ricorderà qualche scivolone su Julie Gayet, amante dell'ex presidente Hollande) – è l'ultimo recupero economico ed etico di un mecenatismo che, invece di tenersi accanto gli artisti trasformandoli in cortigiani o acquistarne semplicemente l'opera (pratica alla Getty), decide di sovvenzionarne la formazione in Italia: «Crediamo che un artista contemporaneo non possa prescindere nella sua pratica e crescita professionale dal confronto con l'estetica, l'architettura e la storia del nostro Paese», dice il presidente di Max Mara, Luigi Maramotti: «Per questo abbiamo immaginato una formula originale che permetta all'artista un'immersione totale fatta di tempo, relazioni e approfondimenti specifici. Un'opportunità unica di autoformazione in loco, un po' nello spirito del Grand Tour che artisti e intellettuali compivano nell'Italia del XVII secolo». Il periodo della fondazione dell'Académie, ma senza l'obbligo di copiare.

LE FAVOLE DELL'ABBONDANZA

Stonefly come Andy Warhol



di Paolo Landi

■ Uno dei meriti principali della Pop art è stato quello di aver riscattato gli oggetti del consumo inserendoli in maniera decisiva, da protagonisti, nei dipinti (uno per tutti, la Campbell's Soup di Warhol). Un riscatto che non aveva nulla a che vedere con la glorificazione surrealista (oggetti

ribaltati, personalizzati) né con quella cubista (oggetti smembrati, deformati). La Pop art ingigantiva oggetti di uso comune di cui, prima, non si era mai avvertita l'importanza estetica: basta transitare in piazzale Cadorna a Milano per vedere il gigantesco *Ago, filo e nodo* di Oldenburg

inserirsi perfettamente nel paesaggio urbano, ammiccando con la sua dimensione enorme a tutta una serie di rimandi: a Milano capitale della moda; alla moda stessa; alla scultura popolare che, deformata, assume un significato metaforico; forse a una certa ironia demistificatoria di questo insieme di reconditi significati.

Fa la stessa cosa Stonefly con la sua ultima pubblicità: le sue scarpe appaiono grandissime, in primo piano, bene a fuoco, mentre sullo sfondo si intravede piazza San Marco a Venezia.

Stonefly ha preso un accessorio di uso comune – le scarpe che lei stessa produce – e le ha trasferite di peso in uno scenario artistico per antonomasia. Ha fatto quello che facevano Lichtenstein o Jim Dine quando prendevano i fumetti o le situazioni di vita americana standard e

le trasferivano sulla parete di una galleria o di un museo. La riproduzione manuale e meticolosa di questi materiali triviali, il loro ingrandimento o isolamento dava loro un valore semantico prima non riconosciuto e, proprio per questa loro decontestualizzazione, li elevava a rango di opere d'arte.

Ecco allora le polacchine di Stonefly brillare in tutta la loro bellezza in questa immagine dove un paio di normalissime scarpe, immesse in un contesto raffinato come un angolo della città più bella del mondo, diventano un oggetto desiderabile: proprio come lo è ogni situazione gradevole di vita quotidiana che, per ragioni misteriose, sfugge alla nostra distrazione finché qualcuno o qualcosa non ce la fa apprezzare, sbattendocela sotto il naso.



ADV Campagna Stonefly