

La bellezza? È sotto il poster

di Giuseppe Appella

CITTÀ: ROMA	LUOGO: GALLERIA NAZIONALE	INDIRIZZO: VIA DELLE BELLE ARTI, 131
ORARI: 8.30 - 19.30. LUNEDÌ CHIUSO	BIGLIETTI: 10 EURO, RIDOTTI 5	DURATA: FINO AL 10 FEBBRAIO 2019

Strappava, rovesciava o copriva i manifesti: così Mimmo Rotella riusciva a trovare la poesia. Sui muri della città

Il salone centrale della Galleria Nazionale di Roma è diventato una piazza: le sei pareti sono muri della città, pagine di una scena urbana che accolgono — come se fossero manifesti — *assemblages, décollages*, retro d'*affiches*, riporti fotografici ma anche sovrappiture, veline monocrome, acrilici, nuove icone. E, non a caso, "Mimmo Rotella Manifesto" si intitola la mostra curata da Germano Celant con Antonella Soldaini accompagnata da una serie di bacheche dove si snoda, attraverso immagini e documenti, la vita dell'artista (1918-2006). Quando Mimmo arriva a Roma da Catanzaro nel 1945 trova una città suddivisa tra i resti della "Scuola Romana", un rinvigorito espressionismo, un acceso neocubismo, un elementare astrattismo geometrico e il cinema di De Sica e Rossellini, Germi e De Santis, Visconti e Blasetti straripante dai cartelloni pubblicitari. Il viaggio e la lunga sosta in America — tra il 1951 e il 1952 — segneranno l'inizio di una crisi durata quasi un anno, tanto profonda da impedirgli di dipingere. "A che pro — si chiedeva — se tutto è stato detto?". Furono le strade di Roma a dargli la risposta. Sui muri, i manifesti del cinema (a *Sciuscià*, *Ladri di biciclette*, *Roma città aperta*, *La terra trema* si erano sovrapposti *Vacanze romane*, *I soliti ignoti*, *La grande guerra*), i poster dei nuovi prodotti del boom economico e quelli dell'accesa vita politica del paese erano un autentico stimolo alla fantasia. Strapparli, appropriarsene, portarli a studio, scavarli, lacerarli e intuire di poter infondere il soffio di un'idea a strati di tempo e di storia offerti dal *recto* e dal *verso*, fu una cosa sola. Lo smembramento, le ferite inferte ai miti del cinema, "le carte lacere" erano il distacco annunciato da tutto ciò che l'abitudine aveva reso prevedibile, dalle immagini che ingombravano la memoria. Non un linguaggio convenzionale, dunque, ma il piacere dell'avventura. Comune, in quegli anni, a Burri e a Capogrossi, a Colla. Le parole e gli emblemi della pubblicità, con Rotella, cominciano a viaggiare insieme, per diventare *altro*. L'artista può far scomparire l'immagine capovolgendo il manifesto e cercando la materia da manipolare (come accade nel periodo 1953-1961), oppure



Quel che resta di Elvis
Il re del rock, décollage su tela del 2003: una delle opere esposte nella mostra "Mimmo Rotella Manifesto", alla Galleria Nazionale di Roma

coprendo in parte l'immagine con carta da parati (1992-2004). L'invenzione continua a rinnovarsi, si organizza in serie e in varianti, spesso con messaggi contrastanti e figure inedite che appaiono sotto forma di *décollage*: "La qualità dell'istinto sfocia nel senso magico dell'opera d'arte". Siamo nel 1959, il vento della pop-art comincia a farsi sentire, Pierre Restany, padre fondatore del Nouveau Réalisme e il poeta Leonardo Sinisgalli si sono fatti catalizzatori e araldi del quarantenne calabrese che, a sua volta, prepara l'avventura "di quel tentativo generoso di anarchia e schizofrenia" quale sarà il Gruppo '63. E tutto sta nella convinzione di dover fare quanto a lui piace: un'arte libera,

euforica, piena di ironia, né volgare né popolare, che liberi la cultura di quegli anni rivoluzionandone gli impianti e le strutture. Un impegno da pioniere, insomma, in un territorio tutt'altro che sconosciuto ma da utilizzare come teatro di una rinnovata scoperta: la città, Roma. Rotella se ne appropria per consumarla, portandone i lacerti nelle case, nelle gallerie e nei musei. La scopre e subito dopo la ricopre. Solo i volti di Marilyn, Elvis Presley, Sophia Loren o Padre Pio, un frammento di parola, spesso suggerita dalle grinze della carta, affiorano qua e là. La memoria e il passato, evidenti nei primi lavori, vengono imprigionati, schermati. Lo colpisce lo scadimento della pubblicità stradale, provocato dalla televisione prima e dal web dopo e impone un graduale mutamento di rotta. Ma da autentico leader del Nouveau Réalisme, continua il lavoro iniziato da Duchamp: sa quanto un oggetto anonimo o un manifesto a brandelli possa dilatare l'immaginario; sa come si possa fare arte scavando nell'immenso repertorio degli elementi d'uso comune che l'uomo e la città mettono sotto i nostri occhi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

