

Andy Warhol. Flashback

di Maurizio Vanni

Andy Warhol è uno di quegli artisti eletti, nati per fare e rimanere nella storia, cresciuti per modificare gli equilibri culturali di un luogo in un determinato momento storico. Un artista dentro che, nel suo vivere lucidamente il caos di una vita talvolta estrema e dissoluta, pianifica la sua ascesa cercando di sfruttare le occasioni che solo l'America degli anni Cinquanta e Sessanta poteva offrire. Da una parte l'opportunità di vivere nel paese che stava diventando propulsore indiscusso del mondo, dall'altra la possibilità di rappresentarlo con ironia, sintetizzarlo con acutezza, riassumerlo con cosciente follia, raccontarlo con perspicacia comunicativa, metterlo a nudo con tagliente cinismo e amarlo in modo disincantato e incondizionato solo come un grande conoscitore di menti e di anime avrebbe potuto fare. "Nessun altro paese al mondo ama il presente quanto l'America. Oggi accadono così tante cose che siamo troppo occupati a guardare, parlare e pensare a tutto quello che accade per fare qualsiasi altra cosa. Non abbiamo tempo per ricordare il passato e non abbiamo l'energia per immaginare il futuro, siamo così indaffarati, possiamo soltanto pensare: Ora!"¹. Prima di altri, Warhol si accorge dell'importanza di indagare il presente *in progress* e dell'opportunità che un paese in irruente evoluzione avrebbe potuto offrire a chi, come lui, aveva iniziato a guardare il mondo con personali e originali lenti di ingrandimento, ma al tempo stesso non dimentica mai del tutto il passato, i suoi trascorsi, i suoi ricordi, le sue intuizioni artistiche e le sue passioni. Ne scaturiranno continui e lucidi flashback, richiami o riferimenti a mondi altri che riteneva "pietre miliari" della sua crescita, compresa una collezione di fotografie di grandi star del cinema alla quale si ispirerà ben più di una volta.

Protagonista assoluto delle opere dell'artista americano diventerà l'oggetto di consumo inteso come il prodotto comune appannaggio delle masse che, a prescindere dalla forma o dalla sua funzione originaria, avrebbe dovuto essere un emblema ben solido nell'immaginario collettivo. La stessa sorte toccherà ai ritratti di personaggi molto noti che, considerati a loro volta alla stregua di oggetti di consumo, saranno idealmente mitizzati e celebrati, per mezzo di composizioni strutturate in modo imprevedibile, a tal punto da non sapere più se era la notorietà delle figure immortalate ad avergli portato fama o la sua proposta artistica: "Quel che c'è di grande in questo paese, è che l'America ha dato il via alla tradizione secondo cui i consumatori più ricchi acquistano sostanzialmente le stesse cose dei più poveri. Mentre guardi alla televisione la pubblicità della Coca-

¹ Andy Warhol, *America. Un diario visivo*, Donzelli Editore, Roma, 2009, p. 18.

Cola, sai che il Presidente beve Coca-Cola, che Liz Taylor beve Coca-Cola, e anche tu puoi berla. Una Coca è una Coca, e nessuna somma di denaro può procurarti una Coca migliore di quella che beve il barbone all'angolo della strada"².

Un'infanzia segnata da importanti malattie che hanno condizionato la naturale crescita del suo corpo: a otto anni la scarlattina, seguita da febbre reumatica evoluta in un disturbo del sistema nervoso centrale conosciuto come il "ballo di San Vito". L'emarginazione sociale e domestica, la solitudine e il pessimo stato di salute non aiutavano certamente la sua serenità. Tutto questo non lenì due fattori che risulteranno determinanti nella sua carriera professionale: una grande facilità del segno e una mente creativa e visionaria in grado di creare composizioni di forme e colori con qualunque cosa avesse a disposizione. Fu durante la lunga convalescenza per la febbre reumatica che la mamma lo riempì di riviste e di fumetti da colorare per fargli passare meglio il tempo. Il suo gioco preferito divenne la creazione di collage con i ritagli di quei magazine che esaltavano i divi del cinema. Diventò un fan delle star più popolari: Warhol scoprì il mondo dei VIP, della bellezza, della ricchezza, Hollywood e New York che, da quel momento, si trasformarono nella sua meravigliosa ossessione. Nel corso della sua carriera artistica non lascerà mai del tutto l'utilizzo del collage o il ricorso a strutture compositive che lo richiamavano. Fu sempre in quel periodo che iniziò due abitudini che, di fatto, durarono per tutta la vita: quella di scrivere alle star del cinema per chiedere una foto con dedica e quella di incrociare e fare interagire, in ogni momento del suo percorso creativo, i diversi momenti della sua esistenza, il passato con il presente. Da una parte desiderava liberarsi dei pessimi ricordi di quando era un ragazzino e aprire la sua mente e il suo cuore ad una nuova vita. Dall'altra non riusciva a staccarsi del tutto dal passato, dall'amore per la mamma, da certe rassicuranti abitudini, dalle prime scoperte creative e, probabilmente, fu questo che lo portò a ricorrere, nelle sue "narrazioni artistiche", con una certa regolarità, ai flashback.

Il flashback è un salto all'indietro, una rievocazione dal passato che si sovrappone al presente o lo affianca per definire meglio, rendendolo più comprensibile, un momento narrativo. In realtà, si tratta di una tecnica per rimescolare l'ordine cronologico degli eventi citando un episodio, un contesto o un'abitudine accaduti in un tempo passato. Il primo particolarissimo flashback di Warhol avvenne nel 1949 poche settimane dopo il suo arrivo a New York quando, un incontro con Tina Fredericks, responsabile della rivista «Glamour» e una delle donne più influenti nel settore della pubblicità, gli permise di ricevere una committenza per un urgente lavoro di illustrazione legato ad alcune prestigiose firme di scarpe. Warhol lavorò tutta la notte e il giorno successivo si presentò con disegni di calzature ispirati a personaggi famosi come James Dean o Julie Andrews che aveva

² Cit in Arthur C. Danto, *Andy Warhol*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino, 2010, p. 55.

collezionato da adolescente. Per l'artista americano il riferimento al passato corrispondeva a una sorta di richiesta d'aiuto a dimensioni rassicuranti che gli avrebbero permesso di superare ogni ostacolo che la vita gli avrebbe posto davanti. Ottenne un successo tale che questo incarico si trasformò in un preziosissimo *passe-partout* nel mondo della pubblicità. Nel 1955 arrivò la più importante committenza: la gestione di una pubblicità settimanale nel celeberrimo *New York Times* per il brand di scarpe «I Miller». In questo periodo, Warhol era sempre più convinto che l'arte pura e l'arte commerciale dovessero essere considerate allo stesso livello: "Il business era la migliore forma d'arte. La Business Art è il gradino subito dopo l'arte. Io ho cominciato come artista commerciale e voglio finire come artista del business. (...) Voglio essere un Business-man dell'Arte o un artista del business. Essere bravi negli affari è la forma d'arte più affascinante"³.

Quando agli inizi degli anni Sessanta, Warhol lasciò la professione del pubblicitario per mettersi a lavorare come artista indipendente, non lo fece semplicemente per acquisire una maggiore libertà espressiva, per entrare ancor più nella mente e nelle abitudini dell'americano medio, ma per perfezionare la conoscenza, e indirettamente l'utilizzo, dei mezzi di comunicazione di massa. Per prima cosa prese le distanze da tutto ciò che era produzione e libera invenzione delle immagini. Non serviva ideare ex-novo quando nei circuiti industriali e intorno a lui esisteva già tutto: sarebbe stato sufficiente celebrare le figure proiettandole dal mondo dell'invisibile a quello visibile. Il suo obiettivo consisteva nel riproporre il già fatto in modo che potesse essere fruito in modo differente attraverso alcune accortezze concettuali e artistiche. Fu in questo periodo che Warhol ebbe l'idea che sconvolgerà la sua vita e quella del mondo dell'arte: rappresentare qualcosa che tutti gli americani vedevano, desideravano, condividevano e riconoscevano. Nasceranno di lì a poco opere che riproducevano, in maniera esatta, la Coca Cola, le banconote americane e le trentadue zuppe Campbell: prima severamente isolate e poi magnificamente moltiplicate in file di tre, dieci, cento. "Non volevo dipingere nulla. Stavo cercando qualcosa che fosse l'essenza del nulla e quello lo era"⁴. Con queste serie, l'artista americano raggiunse il primo dei tre obiettivi che sconvolgeranno l'arte contemporanea: trasformare un bene di consumo in opera d'arte.

L'esigenza di una produzione seriale, la volontà di ripetere i soggetti e di disporre a griglia più file di banconote e di zuppe nel minor tempo possibile, lo condussero alla scoperta di un procedimento tecnico che modificherà il suo approccio all'arte: nel 1962 sperimenterà, per poi non lasciarla quasi più, la tecnica della serigrafia fotografica. Un sofisticato processo di stampa nel quale un'immagine fotografica

³ Cit. in Michel Nuridsany, *Andy Warhol. La biografia*, Lindau, Torino, 2008, p. 394.

⁴ Cit. in Victor Bockris, *Andy Warhol*, Odoja, Londra, 1989, p. 123.

trasferita su una superficie di seta poteva essere velocemente duplicata su tela distendendo la seta sulla superficie da imprimere e, successivamente, applicando pittura o inchiostro con una spatola di gomma. Con questo sistema un'immagine poteva essere stampata in pochi minuti⁵. L'occasione per sfruttare al massimo le opportunità legate a queste nuove tecniche espressive fu offerta dalla morte di Marilyn Monroe nell'agosto del 1962: appena saputa la notizia, infatti, Warhol decise di realizzare una serie di opere utilizzando una foto pubblicitaria in bianco e nero tratta dal film *Niagara* del 1953. In poco più di un mese, realizzò 23 ritratti (saranno circa duemila nei due anni successivi): "Vedo semplicemente la Monroe come una persona qualunque. Non le avrei impedito di uccidersi. Penso che tutti debbono fare quello che hanno voglia di fare"⁶. Marilyn non venne ritratta come un personaggio dello star system, ma come una normalissima immagine in bianco e nero imbrattata, contaminata, frantumata e ricostruita. L'inchiostro debordava all'altezza della bocca e degli occhi e la ripetizione del volto non deflagrava un viso nel quale la vita, comunque, era già assente. Con questa serie, Warhol conseguì il secondo grande obiettivo per rivoluzionare la creatività delle arti visive: togliere unicità all'opera d'arte.

Il 1963 fu un altro anno fondamentale per la carriera di Andy Warhol. Il lavoro e le committenze erano aumentati tanto da non avere più lo spazio per operare nel suo atelier. Per prima cosa trasferì il suo studio in un grande loft sulla 47ª Strada che sarebbe diventato la famosissima *Factory*: un'ex fabbrica di cappelli ricoperta interamente di carta stagnola e dipinta di argento che, di lì a poco, si sarebbe trasformata in punto di riferimento culturale per tutti gli artisti, ma anche nuovo atelier, studio cinematografico, teatro di sperimentazione, laboratorio letterario e open space interdisciplinare⁷.

Dopo il ciclo su Marilyn, destinato a non terminare mai, sempre nel 1963, Warhol accentuò la sua vena *noir* con tele nelle quali si percepiva fisicamente la morte e che titolerà *Death and Disasters*: l'uomo colto un attimo prima di buttarsi nel vuoto, il primo piano di un piede schiacciato da uno pneumatico, un corpo gettato dalla finestra, funerali, la bomba atomica e, ancora, auto ribaltate, distrutte o in fiamme dove giacevano al loro interno corpi inermi. Anche la famigerata e terrificante *Electric Chair* (sedia elettrica) diventò un soggetto, raffigurato in mezzo a uno spazio vuoto con una scritta che invitava al silenzio. Un polemico e terribile rimando alle esecuzioni capitali che, negli Stati Uniti, erano pubbliche. Le immagini sono esatte, ma al tempo stesso manipolate, cromaticamente saturate, segnicamente sporcate e slavate. A distanza di otto anni, nel 1972, con quello che

⁵ Victor Bockris, op. cit., p. 120.

⁶ Cit. in Victor Bockris, op. cit., p. 121.

⁷ Idem, p. 156.

potremmo definire flashback emotivo, Warhol produsse ancora alcune serie di opere grafiche di grande successo dedicate alla *Electric Chair* dove, con colori grigiastri e un'immagine contaminata, e talvolta non a fuoco, riprendeva un soggetto che, seppur già indagato negli anni Sessanta, rimarrà sempre nella sua mente e nelle sue serie successive. Il flashback può essere scatenato da sensazioni, immagini, evocazioni sensoriali che catapultano l'artista indietro nel tempo in un contesto di intenso coinvolgimento emotivo vissuto in prima persona. In certi momenti della sua esistenza, quelli in cui la mente non riusciva a disciplinare le sue fragilità primitive, Warhol riviveva i disagi del passato.

La sua grande curiosità e apertura mentale lo condussero a occuparsi di musica per una band che incontrò casualmente in un bar. Nel 1965, al Café Bizarre di New York, Andy Warhol conobbe i Velvet Underground: si diceva in giro che avevano talmente poco successo da essere costretti a vendere il proprio sangue per sopravvivere. Lou Reed era un fuoriclasse nel suo essere innovatore e nel suo modo di violare dolcemente la chitarra. Una sorta di poeta-reporter del proprio tempo. Forse è per questo che i loro testi e la loro musica irritavano i proprietari dei locali newyorkesi che, spesso, li allontanavano prima che terminassero i contratti per le serate. L'artista americano decise che era arrivato il tempo di far entrare la musica nella Factory e nel suo mondo: andò in tournée in pulmino con loro dormendo nei sacchi a pelo e li aiutò a pubblicare il primo album disegnando una banana per la copertina. Nella versione originale, la banana era parzialmente sbucciata e si vedeva la polpa del frutto colorata di rosa. Da quel momento, molti dei più celebri artisti di tutto il mondo gli chiesero di fare la stessa cosa. Tra le cover più celebri quella per l'album *Sticky fingers* dei Rolling Stones con stampato in primo piano la chiusura lampo di un paio di jeans da uomo. La cerniera era vera e quando veniva abbassata si vedeva la biancheria intima. Per il suo amico Mick Jagger disegnò anche la copertina del doppio LP *Love You Live* e gli dedicò alcune serie di opere grafiche con il suo ritratto (1975) e con la famosissima lingua *Rolling Stones Some Girls*⁸.

Nel giugno del 1968 un fatto di sangue scioccò gli Stati Uniti: il candidato presidente per il Partito Democratico Robert F. Kennedy venne assassinato dopo aver pronunciato il proprio discorso per la vittoria alle primarie della California. Risalgono a quest'anno le 11 serigrafie titolate *Flash* che raffiguravano la rappresentazione mediatica dell'assassinio del Presidente John F. Kennedy del 22 novembre 1963. Il titolo derivava da *Notizie Flash*. La copertina della cartella riproduceva la prima pagina del *New York World Telegram* di quel giorno. Ancora un flashback: Warhol era ossessionato dalla morte del Presidente, ma ciò che lo infastidiva di più era il costante bombardamento mediatico, anche a distanza di

⁸ Laura Ravasi, *Andy Warhol. L'opera grafica e altro*, in *Andy Warhol. The new Factory*, Milano, Mazzotta, 2008, p. 169.

tempo che, secondo lui, impediva agli americani di tornare a sorridere e sognare. Nel 1972, con le opere dedicate a Mao Tse-Tung, Warhol ritrovò la sua nuova Marilyn grazie a uno dei volti più noti al mondo. In fondo, anche Mao era un prodotto di consumo di massa. Saranno oltre duemila le opere dedicate al Capo di Stato cinese. Il successo fu immediato. Gli elogi ricevuti per i ritratti di Mao spinsero altri leader politici, industriali, donne famose, star del cinema, divi del rock, ma anche semplici collezionisti, galleristi e personaggi in cerca di notorietà a chiedergli un loro ritratto. Da quel momento, i ritratti occuperanno un posto determinante nella sua attività. Quando le committenze non erano soddisfacenti, Warhol si dedicava alla vita notturna, facendosi vedere anche in due o tre locali differenti durante la stessa sera, per procacciarsi clienti che gli domandassero un ritratto. Ancora una volta aveva capito che lui stesso era un prodotto destinato al consumo di massa e che la sua visibilità sarebbe rimasta eterna se, oltre ai musei e alle più importanti gallerie, fosse entrato nelle case dei personaggi più importanti ed influenti del mondo. Nei suoi ritratti serigrafici, Warhol, con degli espedienti che potremmo definire “flashback visivi”, ripristinò una serie di tecniche che inclusero foto tratte da giornali, foto pubblicitarie, vecchie istantanee personali e, naturalmente, le foto scattate con la sua Polaroid: l'artista americano aveva tolto all'opera d'arte l'idea di autenticità e di unicità evolvendo radicalmente la funzione dell'arte stessa.

Le serigrafie dedicate alla Cow nacquero quasi per gioco con una commerciante d'arte che sfidò Warhol a rendere opera d'arte l'immagine di una mucca. Tra il 1966 e il 1976 ripropose la mucca in varie tonalità di colore: indimenticabile la stampa su carta da parati che utilizzò in alcune mostre. La seconda serie fu stampata nel 1971 per una mostra al Whitney Museum di New York. Sempre del 1971 la terza serie dal titolo *Cow Wallpaper*.

Un altro modo di vivere il flashback Warhol lo sperimentò quando spostava la mente verso alcuni artisti del passato, ma a differenza di molti suoi colleghi che omaggiavano le grandi menti dei secoli precedenti con lavori fortemente ispirati al loro stile, lui li rievocava con opere specifiche che reinterpretava nel rispetto dell'originale. Di fatto, è come se li avesse invitati a lavorare insieme a lui. Un'intera serie fu dedicata all'artista tedesco Joseph Beuys e ad altri grandi artisti come Botticelli, Leonardo, Paolo Uccello e, in particolare, Giorgio De Chirico. Con queste serie, Warhol completò la sua personalissima rivisitazione della cultura passata e contemporanea trasformando l'opera d'arte in oggetto di consumo.

Agli inizi degli anni Ottanta i flashback furono ufficialmente dichiarati con le serie *Retrospectives*, una sorta di magico mosaico formato da tessere artistiche del suo passato accumulate sulla stessa tela: *Marilyn, Campbell's Soup, Mao, Electric Chairs, Kellogg's, Brillo, Disasters and Guns*⁹. Non auto-citazioni e auto-

⁹ Michel Nuridsany, op. cit., p. 423.

celebrazioni, ma un modo per rivedere il suo percorso creativo in chiave contemporanea per recuperare e rivitalizzare la parte più importante del suo trascorso artistico. Warhol non ricorrerà mai ai flashback per mancanza di idee o per superficiali proposte retoriche, ma per dimostrare che la storia dell'arte, come la storia dell'umanità, ha un flusso continuo irrefrenabile e che senza la consapevolezza del passato non avrebbe potuto esserci futuro.

Dalla metà degli anni Ottanta salirono anche le quotazioni: Andy Warhol era ormai considerato uno degli artisti più noti e affidabili del mondo. In questo caso il flashback lo dedicò alla sua primigenia passione per la pubblicità dedicando nuove serie alla rivisitazione di marchi prestigiosi come Apple, Macintosh, Chanel e Volkswagen. Subito dopo fu la volta di un portafoglio di grande impatto visivo: *Cowboys and Indians* con i ritratti dei protagonisti, dei segni e dei simboli del mito del West. Ne risultarono immagini prive di spessore materico, raffinate, eleganti e, talvolta, volutamente sfuocate e virate in toni monocromi. Il consumo, che rappresentava ancora il denominatore comune dei suoi lavori, venne contemplato anche dal punto di vista dell'usura, del tempo impietoso che passava e che, nonostante l'utilizzo del mezzo meccanico, destabilizzava un'esistenza destinata ad appiattirsi e a scolorirsi fino a perdere identità.

Alla fine di gennaio del 1987, Warhol era a Milano per una sua importante mostra personale. Al suo rientro negli Stati Uniti, si fece ricoverare al New York Hospital per un intervento chirurgico alla cistifellea che avrebbe dovuto mettere fine a lancinanti dolori addominali. Il mattino successivo morì per un imprevisto attacco cardiaco. Fu sepolto a Pittsburgh insieme alla sua famiglia: "Ho sempre pensato che mi sarebbe piaciuto avere una tomba senza niente, senza epitaffio, senza nome. Mi piacerebbe che ci scrivessero sopra: finzione"¹⁰.