



Arte

ASTE

L'artista newyorkese è in mostra a Milano con oltre 100 dipinti. Le sue famosissime opere costano ancora un terzo di quelle di Basquiat

di Alberto Fiz

Haring, un tesoro ancora sotterraneo



«**T**rovare Keith Haring per chi scendeva in metropolitana a New York agli inizi degli anni Ottanta era la cosa più semplice del mondo». Salvatore Ala, che nel 1984 organizzò a Milano una mostra-evento dell'artista americano, comprese ben presto che l'oro si trovava sottoterra. Al contrario degli altri graffitisti che intervenivano su ogni parete disponibile e sulla facciata delle vetture, Keith aveva scelto una posizione differente e incorniciava le sue immagini su quei cartelloni neri che gli attaccini siste-

mano per segnalare la fine di una campagna pubblicitaria. È una sorta di pausa di sospensione del sistema mass mediale che l'artista seppe sfruttare con grande intuito. Questo per dire che fin dall'inizio le sue creazioni erano differenti da quelle degli altri artisti di strada. Se loro, tra cui il mitico Samo, ovvero il nome di battaglia di Jean-Michel Basquiat, puntano dritti sul colore e su immagini fortemente espressive, quasi primitive, Haring parte da una formazione accademica e sviluppa un'indagine dove a prevalere è la forma del segno che discende principalmente dalla decorazione di Henri Matisse. Un segno, il suo, che si espande nello spazio (è all'over come sosteneva Haring) ed è in grado di diventare linguaggio intergenetico con l'alto e il basso della cultura, da Disney a Michelangelo,

da Bosch alla televisione. Fatto sta che i suoi animali antropomorfizzati e i suoi bambini a quattro zampe con le ali sono diventati immediatamente un'icona degli anni Ottanta e quando nel 1982 il gallerista newyorkese Tony Shafrazi, un ex artista che qualche anno prima aveva spruzzato una bomboletta di spray su Guernica di Picasso, gli organizzò la sua prima personale importante, Haring era già avviato a diventare una stella. In quei mesi frenetici successe di tutto e l'Italia ebbe un ruolo importante nel diffondere la sua arte.

Se nel 1983 il gallerista napoletano Lucio Amelio gli organizzò una personale, pochi mesi dopo fu protagonista di una collettiva di graffitisti nella galleria milanese di Salvatore Ala che lo ripropose l'anno dopo in una mostra diventata storica. In quell'occasione erano esposti 50 lavori realizzati da Haring in poco più di un mese di soggiorno a Milano e all'inaugurazione assistettero 3 mila persone. Il siste-



ma dell'arte aveva ormai accelerato di molto i tempi e a soli 26 anni Haring era un mito, interpretando una storia ben diversa rispetto ai suoi predecessori. Se 20 anni prima le mostre della pop art organizzate in Italia da Gian-

Alcune opere di Keith Haring esposte sino al 29 gennaio alla Triennale di Milano nell'ambito della mostra *The Keith Haring Show*. Si tratta di *Untitled*, due caratteristiche immagini che riportano il suo segno stilizzato realizzate nel 1 1984 e 2 1987. A Milano sono esposte anche le 3 scenografie realizzate per la discoteca Palladium di New York. Due immagini dell'artista 4 accanto alla sua personale rielaborazione del David e 5 «all'interno» di un suo segno

Enzo Sperone andavano praticamente deserte, Keith era già in grado di catalizzare le folle. Così, in quell'occasione molti collezionisti milanesi (tra cui Elio Fiorucci che fece decorare da Haring i 1.500 metri quadri del suo negozio) acquistarono le sue opere a cifre che spaziavano da 3-400 dollari per i disegni sino a 11 mila dollari per le opere di oltre 2 metri.

La genesi di quella mostra è ora raccontata in un libro appena uscito *Keith Haring a Milano* a cura di Alessandra Galasso (edito da Johan & Levi). Una parte di quell'esposizione è attualmente ricostruita nell'ambito della grande rassegna *The Keith Haring Show* proposta fino al 29 gennaio alla Triennale di Milano. Si tratta di un'occasione importante per rileggere senza pregiudizi l'opera dell'artista in un

contesto dove sono raccolti 100 dipinti, 40 disegni oltre a una scelta completa di sculture, disegni e fotografie.

Curata da Gianni Mercurio e da Julia Gruen, assistente dell'artista, la mostra non eccede nella spettacolarità anche se presenta una serie di opere di grandi dimensioni di oltre 10 metri tra cui le scenografie realizzate per la discoteca Palladium di New York. Prodotta da Chrysler in collaborazione con la Triennale, è accompagnata da un catalogo edito da Skira con una serie di saggi interessanti di Demetrio Paparoni, Arturo Schwarz e David Galloway e di testimonianze di tanti amici tra cui Roy Lichtenstein, Leo Castelli, Madonna e Brooke Shields.

La rassegna conferma, a 15 anni dalla scomparsa di Haring avvenuta nel 1990 a soli 31 anni a

causa dell'Aids, l'attualità di un'indagine che va oltre gli stereotipi della moda e del consumo.

La sua arte a gran velocità si è imposta come originale sintesi scenica in grado di riattualizzare la rappresentazione attraverso una decorazione che contempla l'aspetto ancestrale della cultura primitiva con la virtualità tecnologica. È un marchio che si evolve e si trasforma in continuazione e a questo proposito appare sintomatico quanto Haring scrive nei suoi diari: «Se mi metto di fronte allo specchio e osservo la mia immagine, vedo un numero infinito di modi in cui appaio, sono diverso in momenti diversi».

Popolare come la *Gioconda* o la Ferrari, l'immagine di Haring è stampata su T-shirt e cappellini, borsette e gadget di ogni tipo.

Ma sarebbe sbagliato desumere da tutto questo che le quotazioni siano all'apice. Anzi, paradossalmente si potrebbe dire che nell'esplosione folle dei prezzi che ha caratterizzato la prima parte del Terzo millennio, le sue opere sono cresciute con discrezione forse perché il suo primo mercante, Tony Shafrazi (ora lo gestisce il potente Jeffrey Deitch), non ha trovato i favori dell'establishment. Per paragonarlo all'altro mito americano degli anni Ottanta Jean-Michel Basquiat, sostenuto da un'altra potenza come il gallerista svizzero Bruno Bischofberger, i valori sono inferiori di circa un terzo. E non c'è dubbio che il posto di Haring nella storia dell'arte sarà di qualche gradino superiore rispetto a Samo. Le performance di quest'ultimo sono impressionanti e nel novembre scorso *Offensive orange* del 1982, una grande composizione di 182x244 centimetri da Sotheby's a New York ha toccato la vetta di oltre 3 milioni di dollari. Nel maggio scorso, sempre nella Grande Mela, ma questa volta da Christie's, *Untitled 4* di 152x152 centimetri realizzato da Haring nel 1988 ha fat-



to fermare il martello del banditore a 511 mila dollari. È sempre una montagna di soldi rispetto agli 11 mila dollari del 1984 quando Haring sbarcò a Milano, ma i margini di crescita rispetto a Basquiat appaiono ancora notevoli. Un altro esempio di una disparità che potrebbe essere colmata è l'asta londinese di Sotheby's del febbraio scorso: in quella circostanza *Kings of Egypt I* di Basquiat (170x170 centimetri), dipinto nel 1982, è stato pagato 680 mila sterline, mentre *Untitled* di Haring, una composizione del 1985 che misura 152x152 centimetri, ha totalizzato 280 mila sterline. Sulla roulette del mercato il numero di Haring potrebbe presto raddoppiare la posta. (riproduzione riservata)

