

Carte colorate per Matisse e mitici giardini

DI MAURIZIO CECCHETTI

Fu la sua grande uscita di scena, la Cappella del Rosario per le domenicane di Vence. Matisse ci lavorò quasi quattro anni, dal 1948 al 1951, distillando fino all'osso, cioè all'essenza, la sua poetica tentando l'impresa assoluta, concepire uno spazio dove architettura, colore e disegno si fondono in una cosa sola. «Non è stato un lavoro che ho scelto, ma piuttosto un lavoro per il quale sono stato scelto dal destino alla fine del mio cammino», confessa nel 1951. Viveva a Nizza in un appartamento che aveva trasformato in studio, era malato e una giovane infermiera vegliava su di lui durante la notte; era il 26 settembre 1942 quando la incontrò, la ragazza si chiamava Minique Bourgeois, e qualche anno dopo si fece suora col nome di Jacques-Marie. La giovane domenicana nel 1947 si trova a vegliare la salma della superiora da poco deceduta e improvvisamente prova l'impulso di disegnare: «Da questi scarabocchi è nata l'idea della cappella del Rosaio» dirà poi, e quei disegni li mise nelle mani di Matisse il quale sviluppò da quell'illuminazione uno dei monumenti dell'arte sacra moderna, presente anche del bellissimo volume che Sylvie Forestier e Marie-Thérèse Pulvenis de Séligny dedicano a Matisse, **Genesi. I papiers gouachés Découpés** edito da Jaca Book (p. 232, euro 90). Si parla delle opere tarde di Matisse realizzate con guazzi e ritagli di carte colorate. Quanto di più poetico e gioioso il Novecento ci abbia lasciato.

Eugenio Battisti, il grande studioso dell'*Antirinasimento*, un libro che ancora oggi affascina per erudizione, immaginazione e libertà interpretativa, aveva dedicato vari studi a Michelangelo, sia come scultore che come teorico. Ora questi saggi trovano una cornice nel volume pubblicato da Olschki **Michelangelo. Fortuna di un mito. Cinquecento anni di critica letteraria e artistica** (pagine 266, euro 28, a cura di Giuseppe Saccaro Del Buffa, con due

note di Alexander Tzonis e Carlo Ossola) che spiega l'influenza del grande artista toscano sulla modernità e analizza come la ricerca inquieta di Michelangelo sia stata utilizzata dall'arte e dalla cultura moderne. Particolarmente bello il saggio intitolato «L'uso creativo della storia come adoperare Michelangelo», una conferenza tenuta in America nel 1975.

Quando Erwin Panofsky, in una lettera inviata allo storico Carl Nordenfalk, dichiara la sua «invidia e contrizione» per la sapienza con cui il collega svedese ha saputo trattare il tema della miniatura medievale, scoprendo addirittura «l'enorme numero di cose che non conosco sulla pittura altomedievale e romanica», ci dà anche, indirettamente, un parere di alta caratura sull'importanza degli studi che Nordenfalk dedicò alla **Storia della miniatura, dalla tarda antichità alla fine dell'età romantica**, che ora vengono tradotti da Einaudi sotto la cura di Fabrizio Crivello (pp. 378, 97 illustrazioni, euro 48). Come ricorda Crivello nell'introduzione le due parti di cui si compone il volume sono costituite da due saggi che l'autore pubblico in due volumi realizzati a quattro mani con André Grabar.

Docente di conservazione dei giardini monumentali e direttore dei giardini di Berlino-Brandeburgo, Michael Rhode detta in un volume edito da Olschki, **La cura dei giardini storici** (pagine 608, 418 illustrazioni, euro 58) un vero e proprio manuale che rappresenta uno strumento prezioso non solo per gli studiosi ma per chiunque ami la cultura dei giardini. Dopo un excursus sui giardini antichi, l'autore esamina una trentina di casi specifici, dove con apposite schede ricostruisce la storia sia del giardino che della manutenzione, avvalendosi della consulenza di storici, architetti attivi sul campo, corredando ogni scheda con foto a colori e grafici. Volume a cui si può affiancare, come ambito più circoscritto, l'**Atlante storico delle ville e dei giardini di Roma**, edito da Jaca Book e curato da Alberta Campitelli e Alessandro Cremona (pp. 320, 465 foto, euro 98) che passa in ras-

segna i giardini delle grandi residenze romane dal medioevo al Novecento, dove il giardino interpreta l'idea di decoro dell'architettura proiettandola in un orizzonte mitico e simbolico. Se la pubblicità è l'anima del commercio, come dice il proverbio, l'anima della pubblicità sta tutta nel mezzo che usa per imporsi: immagine, manifesti, slogan, annunci, spot televisivi, sms, internet. A questa variegata casistica è dedicato un bel saggio storico di Ferdinando Fasce, **Le anime del commercio. Pubblicità e consumi nel secolo americano** edito da Carocci (pp. 236, euro 17) che in epoca di vacche magre mette anche un po' di nostalgia. Si perché se tutto oggi sembra passare dalle grandi campagne della comunicazione, l'età della pietra mostra uomini e donne che in America fanno i commessi viaggiatori o gli imbonitori mettendo in campo tutte le loro armi incantatorie per convincere la massaia o l'impiegato medio a comprare il prodotto che - questa è l'arte magica - in cuor suo

già desiderava. E il mix che serve a diffondere o a creare bisogni indotti. Dunque è la preistoria della nostra modernità.

Una colonna classica e un piccolo peso in ottoni ai suoi piedi, è un'installazione presentata in America al Massachusetts Institute of Technology. Fu una delle prime installazioni dell'architetto spagnolo Baldeweg, nato a Santander, classe 1939, di cui ora Electa pubblica una corposa monografia (**Juan Navarro Baldeweg. Le opere, gli scritti, la critica**, pp. 448, 720 illustrazioni, euro 120, a cura di F. Dal Co, J.J. Lahuerta e A.G. García). Baldeweg ha progettato il Teatro del Canal a Madrid e il rinnovamento della biblioteca Hertziana a Roma, ma ha anche una produzione artistica con sculture che creano contesti ricchi di dissonanze, che sono come momenti focali di possibili spazi architettonici. Un architetto, dunque, che costruisce ma anche sogna quella che egli definisce «convivenza dell'eterogeneo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

www.ecostampa.it

arte

I collages del grande pittore, Michelangelo e la critica, i giochi della pubblicità e l'architettura di Baldeweg: i libri illustrati da regalare



**LE STRENNE
 DI NATALE**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003383