

Religione e pop art: lo strano mix di suor Corita Kent

di Nicola Baroni



Alla galleria kaufmann repetto quaranta opere dell'artista di Los Angeles apprezzata da Warhol

10 MARZO 2021

🕒 2 MINUTI DI LETTURA



Serigrafie con Cristi e Madonne circondati da calici medievali e sedie di plastica di Charles Eames, grafiche colorate create in serie con lettering urlati, slogan pubblicitari che diventano messaggi biblici. La mostra "to the everyday miracle", che apre oggi alla galleria kaufmann repetto (mar- sab 11- 19.30, su appuntamento), a prima vista sembra una provocazione: difficile immaginare un movimento artistico che più della pop art rifugga la profondità del sacro. Ma la firma appartiene a una religiosa: suor Corita Kent, la suora della pop art.

Tutto inizia nel 1962, con il via del Concilio Vaticano II e la prima mostra di Andy Warhol. Entrambi – pop art e Chiesa cattolica – cercavano di aprire le porte del tempio alle sfide del contemporaneo, rendersi comprensibili a tutti. Arduo immaginare di connettere i due mondi senza creare un corto circuito. Lo fece Corita Kent, nata nel 1918, entrata nell'ordine religioso Immaculate Heart of Mary a Hollywood a diciotto anni, che rimase folgorata dalle Campbell's Soup Cans (" Tornando a casa, vedevo tutto come Andy Warhol") e pensò che le speranze che lei e le sorelle riponevano in un rinnovamento della Chiesa attraverso il Concilio passassero anche da un rinnovamento del linguaggio: la pubblicità stava agli anni Sessanta come le parabole all'epoca di Gesù.

Questa prima retrospettiva italiana ospita quaranta opere in tre sale organizzate in ordine cronologico a partire dai primi lavori di arte sacra degli anni Cinquanta, ispirati all'iconografia medioevale. Poi gli anni Sessanta, con le stranianti sovrapposizioni di senso degli slogan risemantizzati. In "handle with care" si legge " See the man who can save you the most" (" guarda l'uomo che può salvarti di più"), frase con cui la Chevrolet suggeriva di rivolgersi a un rivenditore locale di auto, riadattata in senso biblico. Lo slogan di Pepsi- Cola " come alive!" entra in molti suoi lavori, passando dalla promozione della caffeina rivitalizzante a un messaggio di speranza oltremondano. Le parole del marketing diventano Parola di Dio, strofe di un gospel quotidiano che non teme di parlare a tutti.

Come Warhol, Kent lavorava in una "factory" (il laboratorio del college in cui insegnava), girava sempre con una macchina fotografica ed era attratta dai supermercati (" È tutto come una grande cerimonia e la fatica dello shopping è diventata la mia ispirazione"). Nel 1968 lascia l'abito religioso in seguito ai conflitti con l'arcidiocesi e si avvicina ai movimenti per la fine della guerra in Vietnam e i diritti civili: i suoi lavori assumono un senso sempre più politico. Negli ultimi anni lavora soprattutto con l'acquarello, recuperando un gesto pittorico su fogli di piccolo formato in cui i colori si rarefanno. Per quanto conosciuta e apprezzata (Newsweek le dedicò una copertina nel ' 67) Kent non ebbe mai l'attenzione critica che meritava. Come scrive Susan Dackerman, le donne non erano solo escluse dalla pop art, ma ridotte a oggetti ipersessualizzati: una suora, quindi, era doppio motivo d'imbarazzo. Warhol visitò una sua mostra a New York, ma mentre lui faceva sfoggio di non credere in nulla, suor Corita Kent non smise di credere neppure dopo aver abbandonato l'abito.