

Accademia Albertina

Due bambine a maggio e fitoplancton a ottobre

Un calendario unico realizzato dagli allievi dei corsi di arti grafiche

EMANUELA MINUCCI

Quest'anno «Artintype» ha scelto Torino e la sua storica «incubatrice» di giovani artisti: l'Accademia Albertina. Un binomio vincente per la realizzazione del calendario della «Martintype», azienda di Teramo che da oltre quarant'anni lavora nel campo delle arti grafiche. Qualcosa in più di un'agenda da appendere al muro: un «talent» da sfogliare mese dopo mese e attraverso il quale scoprire (e lanciare) nuove promesse del mondo della grafica, della pittura e magari del loro matrimonio all'insegna del concettuale. Un lancio che avviene attraverso un calendario-icona (i ragazzi dell'Accademia ieri lo chiamavano il nostro piccolo «Pirelli») che quest'anno - a detta della platea che affollava il Salone d'onore dell'Accademia ieri - è particolarmente godibile. Ci voleva comunque

Torino a far uscire dai confini regionali Artintype: «Una delle città più produttive e industriali d'Italia dove la cultura si fa sistema e il sistema diventa impresa» come ha detto Tony Cetta, responsabile artistico del progetto. E ha aggiunto: «Da alcuni anni infatti la città ha vissuto una sorta di rilancio strutturale e d'immagine per merito dell'arte: e Artintype arrivato al suo tredicesimo anno di vita, vuole essere un progetto di ricerca e di integrazione tra il mondo dell'arte e quello dell'industria finalizzato alla promozione di una reale, sostanziale e proficua cultura d'impresa».

Dodici tavole

Il risultato è un calendario-scultura impreziosito da 12 opere inedite realizzate dagli artisti della Accademia Albertina. A raccontarlo, i docenti delle Scuole di Pittura, il direttore dell'Accademia Salvo Bi-

tonti e il presidente Fiorenzo Alfieri. Tutti concordi nel definire quest'opera un modo per valorizzare le nuove leve dell'arte contemporanea.

Per realizzare l'oggetto sono state selezionate personalità prevalentemente nel campo della pittura, con una produzione che scorre dal figurativo all'astratto e al concettuale, con esiti diversi ma sempre di rilievo. A raccontare che cosa significa fondere al meglio arte e industria è stato chiamato l'architetto Pietro Boffa, amministratore delegato di «Building», azienda che dal 1983 si occupa di progettazione, costruzione di fabbricati industriali (suo è, fra gli altri, «The Number 6 che ha vinto il Building of the year ed è ritenuta «la casa più bella del mondo»).

Emozioni di stagione

Scorrendo il calendario si sfogliano emozioni ai loro antipodi, il gelido gennaio sembra uscire fuori dalla pagina con l'opera di Caterina Condorel-

li, maggio è pervaso della luce dei ciliegi in fiore che avvolge le trecchine di due bambine che si tengono teneramente per mano («Les jumelles» di Chantal Garolini), settembre ci corteggia con pennellate vitaminiche e surreali («Le offerte» Lidia Maria Pop). E che dire del fitoplancton che Eleonora Santità serve sul piatto di ottobre? Microrganismi primordiali fluttuano in un cielo che può essere anche mare e con il blu cobalto ci prepara a giornate più brevi. Quasi tutte le opere sono senza titolo.

Non c'è mese che deluda in questo calendario su cui si sono cimentati giovani artisti romantici e visionari, che alternano gli occhi di un cerbiatto a cenni di un surrealistico caro a Mirò. Lo vendono? No, certa arte non si vende, ma si può conquistare, soprattutto se si pensa che l'arte faccia bene all'industria.



Peso: 68%



Gennaio
A destra
«Senza titolo»
tecnica mista
di Andrea
Colucci
23 anni,
torinese

Marzo
A sinistra
«Senza titolo»
tecnica mista
di Vanessa
Concas
24 anni
di Valenza



Luglio
«Untitled
2015»,
acrilico su tela
di Viola
Barovero
26 anni
torinese



Peso: 68%