



"l'opera" e farcela maggiormente apprezzare, amare.

I 6 più grandi "quadri" sotto forma di pannelli ceramici realizzati in tempi recenti sono nati a Faenza; ho avuto una qualche parte in tale vicenda ed è giusto che ne sia lasciata memoria per "quelli che verranno".

Quattro anni fa mi viene passata una telefonata; dall'altra parte del filo l'addetto culturale all'Ambasciata Italiana di Vienna che cerca il Presidente dell'Ente Ceramica Faenza, il modesto sottoscritto.

Chiede, l'addetto culturale, se a Faenza siamo in grado di dare collaborazione ad un artista austriaco cui è stato affidato il compito di realizzare quattro grandi pannelli ceramici che dovranno arredare l'atrio della nuova facoltà di economia dell'Università della capitale austriaca.

«Quanto grandi i pannelli?» chiedo.

«Mah, non so con precisione, ma molto grandi».

«Lei sa che "grande" in ceramica può avere molti significati, che la materia, in sé, non è molto amica delle dimensioni importanti... comunque non le posso dire, sul tamburo, se questo è possibile. E' necessario che l'artista venga a Faenza, parlarne assieme, incontrare quelli che dovranno collaborare con lui...». Una precisazione ovvia perché l'addetto aveva specificato che l'artista non possedeva specifiche esperienze in questo campo.

E Leherb "il surrealista" - questo il nome dell'artista - arrivò, dopo qualche giorno: doveva avere molta fretta di concludere.

Il personaggio che entrò nel mio ufficio, "personaggio" lo era veramente. Taglia alta, squadrata, capelli alla



**AMERIKA** Vor der Wolkenzenerie gigantischer Hochhausarchitekturen entsteht Amerika in drei geschichteten Räumen. Im Vordergrund ragt eine Coca-Cola Flasche als Assoziativ zu den weltweiten Vermarktungsmechanismen auf. Auf der Ebene dahinter präsentieren sich die Kultfiguren und zugleich verkaufsträchtigen Symbole: Marilyn Monroe lächelt auf einem TV-Schirm, Jim Morrison hält seine Elektrogitare, deren Anordnungen in einem riesigen Müllhaufen enden.

Amerika ist das Paradies einer Konsumgesellschaft, die sich an Prototypen und Fotomodellen, schwarzen und Pitt-Katzen orientiert. Wie bizzarrierend stilbewusster Brausegetränk und molekularer Präzision herrscht Leherb die geschichteten Kuben der Skyline vom "menschlichen" Sektor. Und nur dort treffen einander die sonst getrennten Hautfarben und Rassen. Dennoch, oder deshalb, ist Amerika ein Mythos des Materialismus, die Legende von der Freiheit, der Traum der gigantischen menschlichen Möglichkeiten, zugleich das Dilemma menschlichen Unvermögens.

**AMERICA** Davanti alle nuvole dell'architettura gigantesca dei grattacieli nasce America, in spazi involontari stratificati. In primo piano appare una bottiglia di Coca Cola quale simbolo dei meccanismi di marketing mondiali.

Dietro si stagliano le figure cult e i simboli del mercato: Marilyn Monroe sorride da uno schermo TV, Jim Morrison tiene la sua chitarra elettrica, i cui attacchi terminano in un enorme cumulo di rifiuti. America è il ritratto di uno società consumistica, orientata a prototipi, fotomodelli, luci di neon e sigle. Leherb con uno gamma di tra e precisione pittorica segrega i cubi stratificati dello "skyline" dal settore dell'uomo. Solo lì si incontrano i colori della pelle e delle razze altrimenti sempre separati.

Conoscenza e proprio per questo America è un mito del materialismo, lo leggendo dello libertà, il sogno delle enormi possibilità umane e contemporaneamente il dilemma dell'impoverimento umano. (Traduzione Ave Bolletto).