

# **MODELLO, ORIGINALE, COPIA:**

## **I CALCHI IN MOSTRA**

La relazione tra il modello e la sua riproduzione, tra l'originale e la copia, è un meccanismo vincente che garantisce la millenaria vitalità dei classici: nell'ambito delle arti figurative, la prassi di una 'educazione classica' realizzata mediante la diffusione di copie e varianti risale almeno all'età ellenistico-romana.

Il legame, forte e legittimo già in antico, tra modello e copia, garantisce autorevolezza anche alla produzione seriale contemporanea: la 'riproducibilità tecnica' non smentisce, anzi convalida e suggella l'aura del classico.

Come accade dunque da sempre, anche il creativo pubblicitario replica e moltiplica i modelli, traendo forme e dettagli spesso non direttamente dagli originali, ma da copie e riproduzioni dei capolavori dell'arte del passato. E, come nell'arte, anche nella comunicazione pubblicitaria, il processo ideativo – la nascita del *visual* e del *claim* – è un momento di confronto fecondo, e talvolta di scontro agonale, con il repertorio della tradizione.

Le Scuole e le Accademie di Belle Arti, con le loro collezioni di calchi da opere celebri dell'arte antica e rinascimentale, sono una delle fonti che alimentano l'immaginario di artisti e committenti, e più in generale l'immaginario collettivo, relativo al 'fare' artistico. I calchi sono tangibili figure di quel culto del classico che, a partire dal Neoclassicismo, ha segnato – per accettazione o per polemica rottura – il rapporto degli artisti con l'eredità del passato.

Anche nell'*ars pubblicitaria* l'esercizio di avvicinamento o di allontanamento rispetto ai 'classici' avviene più spesso in relazione ai repertori dell'educazione accademica – nella loro accezione, positiva o negativa, di normatività canonica o di sterilizzazione museale – che in relazione alle opere originali. Come nelle altre forme d'arte, anche nell'opera pubblicitaria rivivono non tanto gli 'originali' (spesso latitanti), quanto piuttosto l'idea di classico trasmessa dalle copie.

In mostra un calco di grande pregio storico, il *Laocoonte* dell'Accademia di Brera – restaurato proprio in occasione di questa esposizione – e le riproduzioni di tre opere famosissime, spesso citate in arte e in pubblicità come icone del classico e tanto diffusamente replicate da diventare 'pop': il *David* di Michelangelo, la *Venere di Milo*, il *Discobolo* di Mirone.