

# Le “Bandiere sbagliate” di Massimo Sirelli sul palazzodella Camera di Commercio di Catanzaro



Fino al 30 settembre prossimo, le “Bandiere sbagliate” di Massimo Sirelli campeggeranno sul palazzo della Camera di Commercio. L’installazione dell’artista, 27 bandiere che si richiamano nei colori a quelle dei Paesi europei, più quella dell’Unione Europea e quella dell’Ucraina, ma da esse si differenziano per layout e forme rappresentate.

L’installazione site specific, che approda a Catanzaro dopo le settimane di esposizione alla Grangia di Sant’Anna, a Montauro (CZ), è stata presentata e inaugurata con una conferenza stampa che si è tenuta alla Camera di Commercio, alla presenza di Daniele Rossi, commissario straordinario dell’Ente; Bruno Calvetta, segretario generale, Rocco Guglielmo, presidente della Fondazione Rocco Guglielmo, partner dell’iniziativa; Antonio Borelli, assessore del Comune di Catanzaro al Turismo e Marketing territoriale; e Massimo Sirelli.

«Il progetto nasce da una riflessione attuale: stiamo vivendo una guerra atroce nel cuore

dell'Europa e in questo periodo allora è maturata l'idea di aprire, attraverso qualcosa di colorato e leggero come possono essere le bandiere sbagliate, la discussione su un tema delicato e importante com'è la divisione delle appartenenze e sui contrasti. Ho quindi voluto mantenere i colori originali delle bandiere reali, ma al contempo far riflettere su cosa è giusto e cosa è sbagliato: non è detto che ci si senta per forza rappresentati da una bandiera così com'è stata concepita. Spesso siamo fermi su delle convinzioni che sono basate sulla scelta arbitraria di qualcun altro», ha detto l'artista presentando l'installazione.

«Dopo le iniziative degli anni passati che hanno visto la Camera di Commercio contaminare la città di Catanzaro con diverse opere d'arte, questa volta abbiamo scelto di far diventare il palazzo dell'Ente il protagonista di un'installazione artistica tanto colorata e affascinante, quanto ricca di significato – ha aggiunto Daniele Rossi -. Questa iniziativa vuole quindi essere da un lato uno sprone ad una riflessione, così come lo stesso artista ci indica, ma dall'altro anche un'occasione di dare alla città un'ulteriore attrazione Culturale che possa contribuire a renderla attrattiva. Sono felice che assieme a Camera di Commercio e Fondazione Rocco Guglielmo, a presentare questa iniziativa ci sia anche il Comune di Catanzaro».

Cultura e Camera di Commercio sono un binomio su cui l'Ente investe ormai da tempo. A spiegarne i motivi, Bruno Calvetta: «Da qualche anno a questa parte, le Camere di Commercio sono investite istituzionalmente del compito di favorire e sostenere la diffusione della Cultura che non solo è al centro di diversi settori economicamente strategici per un Paese come l'Italia, ma è anche e soprattutto strumento di evoluzione sociale. La Camera di Commercio di Catanzaro, allora, non può che guardare con

particolare interesse alle iniziative di promozione culturale in quanto la ricaduta sociale ed economica che da esse si genera si traduce in sviluppo».

Per Rocco Guglielmo «le “Bandiere sbagliate” legano insieme più aspetti e sono occasione di confronto. Sono un gioco gioioso, ma soprattutto uno spunto di riflessione. E poi una connessione tra passato e presente, in un fil rouge dell’operosità che passa tra Grangia e Camera di Commercio. Giocare con forme e colori delle bandiere ci vuole portare ad una riflessione. L’arte, come sempre accade, non vuole dare risposte ma sollevare dubbi e in questo caso ci induce a ripensare ai simboli alla luce di nuovi valori che sono sconosciuti parlando di patria e nazione.

L’idea di portare nuovamente per le vie della città l’arte, poi, come fatto negli anni scorsi sempre assieme alla Camera di Commercio, ci permette di dare forma a una funzione simbolica per elevare la coscienza civica, facendo abituare i cittadini a vivere nella quotidianità l’opera d’arte».

In conclusione, Antonio Borelli: «Quanto alla Cultura, la Camera di Commercio ha manifestato in questi anni grande attenzione con diversi tentativi di contaminazione del territorio, tanto apprezzati dai cittadini. Questa impostazione dev’essere un faro per l’amministrazione comunale che possa così utilizzare la Cultura come uno strumento di marketing territoriale perché ci si riappropri del territorio e lo si renda bello».