

破空斩

SPAZIOINMOSTRA

POP STAFF

A CURA DI IVAN QUARONI

POP STAFF

di Ivan Quaroni	4
Stefano Abbiati	8
Maurizio Carriero	12
Giovanni Manzoni Piazzalunga	16
Monica Palumbo	20
Michael Rotondi	24
Samuele Sanfilippo	30
Tiziano Soro	36

Sul nuovo

POP

di Ivan Quaroni

“La sperimentazione non può più essere una specialità per addetti ai lavori ma deve unirsi in matrimonio con una forte energia di comunicazione, deve sempre più diventare (se mi passate l’espressione) sperimentazione sexy e pop.”

Franco Bolelli ¹

Quello che molti non capiscono è che l’arte pop non è necessariamente la Pop Art. È una distinzione importante, che i critici e gli addetti ai lavori faticano ad accettare, continuando a collegare automaticamente ciò che è “pop” oggi, con ciò che è stato “Pop” ieri. La colpa è senz’altro della terminologia, che è inadeguata. Tanto che, ogni volta che usiamo questo vocabolo (contrazione dell’aggettivo anglosassone popular), corriamo il rischio di essere fraintesi. La verità è che la nuova cultura pop contemporaneo ha poco a che vedere con la Pop Art storica. L’arte pop è diventata, invece, una categoria antropologica, cresciuta con l’evolversi della società dei consumi e diramata in tutti gli ambiti creativi, dal cinema al fumetto, dal design all’advertising, fino all’arte contemporanea. Un’arte che sia davvero pop, cioè popolare e dunque immediatamente comprensibile a chiunque, si avvale di simboli e segni diffusi su scala planetaria. Naturalmente, nella odierna cultura globale questo meccanismo assume un’efficacia esponenziale. Le immagini utilizzate dai moderni artisti pop fanno appello ad un substrato di conoscenze comuni a tutta l’area occidentale e ad alcuni settori dell’area estremo-orientale ed Internet è lo strumento attraverso cui immagini e simboli della cultura contemporanea vengono condivisi in tempo reale in ogni angolo del globo. La diffusione massiva del web, infatti, corrisponde ad una sorta di discriminazione temporale tra il vecchio pop e il nuovo pop. Non si tratta solo di un potenziamento di tipo tecnologico delle modalità operative con cui gli artisti scovano il materiale iconografico, ma di un nuo-

¹ Franco Bolelli, *Con il cuore e con le palle*, 2005, Garzanti, Milano.

vo tipo di coscienza e di una nuova attitudine cognitiva.

A cambiare è l'orizzonte culturale degli artisti, che s'interfaccia ora con disparate realtà, senza più vincoli geografici e linguistici. Il web non è solo un serbatoio infinito d'immagini, ma un luogo di scambio d'idee e di stimoli culturali e sub-culturali d'ogni tipo. Il cambiamento riguarda, dunque, le modalità d'approccio al lavoro stesso. Ciò che intendo è che, in un mutato orizzonte culturale interconnesso e globale, l'arte subisce necessariamente delle modificazioni. L'impiego, ad esempio, di immagini e figure rubate all'immaginario di massa assume un significato nuovo. Non si tratta più di equiparare semplicemente la cultura "bassa" con quella "alta", di portare alla luce iconografie derivate dalla pubblicità, dal fumetto, dal cinema o dalla televisione. Tutto ciò è stato già fatto dai pionieri della Pop Art. Si tratta piuttosto di utilizzare quelle immagini e quelle figure come se fossero i lemmi di un vocabolario globale e quindi immediatamente comprensibile al più vasto numero di persone possibile. Usare, oggi, l'iconografia di un supereroe americano può sembrare scontato se non ci si chiede come mai questo tema, nato dalla letteratura fantascientifica e dai fumetti americani degli anni quaranta, sia divenuto un motivo dominante della cultura contemporanea. Ad occuparsene non sono solo le produzioni hollywoodiane orientate all'intrattenimento (vedi la profusione di blockbuster sui character della Marvel e della DC comics), ma anche quelle di qualità come *Unbreakable* di M. Night Shyamalan e *Gli Incredibili* della premiata ditta Disney/Pixar e quelle di serial televisivi innovativi come *Smallville* e *Heroes*. Evidentemente, il tema è penetrato a tal punto nella cultura contemporanea da diventare un vero e proprio genere, erede tanto del fantasy mitologico, con gli eroi nelle vesti di nuove e più umane divinità, tanto della fantascienza, nella prefigurazione di una umanità geneticamente modificata e potenziata da nuove capacità fisiche e mentali. Insieme ai supereroi, assurgono a nuove divinità del pantheon pagano della postmodernità non solo i personaggi pubblici, appartenenti al mondo dello spettacolo, dello sport, della politica, ma anche quelli di pura fantasia dei cartoni animati, della fiction televisiva, perfino dei giocattoli. Anche loro sono divenuti parte di questa grammatica internazionale, di questa "esperanto" immaginifica. Le Winx e le Barbie, Hello Kitty e Ronald Mc Donald, Maradona e Fonzie, Elvis Presley e i Nirvana e, infine, le top model delle riviste fashion sono parte integrante di un mondo insieme reale e fittizio, che abita, volenti o nolenti, nella coscienza viva di milioni di persone. Usare queste immagini significa servirsi di un codice comune, di un sostrato universale per comunicare qualcosa che travalica la semantica delle immagini pop, facendo appello all'intelligenza dei singoli e delle collettività. Il nuovo pop è concettuale senza essere pretenzioso; è leggero, senza essere superficiale; è

ironico, senza essere sarcastico; è drammatico senza essere piagnone. Il nuovo pop è, in un certo senso, la risposta scanzonata, ma intelligente, al post-concettualismo che grava sul mondo dell'arte da quasi un ventennio a questa parte. Una tendenza, questa, che ha ormai esaurito la sua carica innovativa, se mai ne ha avuta una.

Semplice, diretto e immediato, ma soprattutto svincolato da ogni tipo di ideologia e pensiero dominante, il nuovo pop si diffonde grazie alla libera associazione della rete informatica, a siti come My Space e You Tube, ai centinaia e migliaia di blog che sommergono la tradizionale impostazione verticale e gerarchica dei mass media con un movimento d'opinioni che parte dal basso e si diffonde con la velocità di una pandemia. Viene da chiedersi se, di fronte a questa nuova società globale, abbiano ancora senso le forme d'arte elitarie, gli pseudo concettualismi snob, i minimalismi di maniera, insomma tutte quelle espressioni che, invece di liberare la creatività, la imbrigliano in preteso rigore intellettuale che emana effluvi mortuari. Il nuovo pop – non mi stancherò mai di ripeterlo – è l'espressione di un sano vitalismo intellettuale, di una sovrabbondanza energetica e sensuale, di un'eccedenza creativa. L'artista, oggi, deve essere eccessivo soprattutto in questo: nella carica vitale. I sette artisti di questa mostra sono esempi tipici di questa nuova e globale sensibilità pop. Una sensibilità, appunto, più che un'estetica, in grado di esprimersi attraverso diversi stili espressivi, tramite un linguaggio iconografico semplice e diretto.

È il caso del livornese **Michael Rotondi** (1977), che prende spunto dai disegni punk delle fanzine, dalle grafiche delle t-shirt, dagli stickers anni 80, dai manga giapponesi e dall'estetica rock. Tutti elementi che contamina con frammenti del proprio vissuto quotidiano, in una sorta di personale mitografia fantastica, disegnata con un tratto sporco di matrice underground. In questo caso, Rotondi propone alcune copertine di dischi, da Nevermind dei Nirvana al London Calling dei Clash, uno dei primi esempi di citazionismo rock, con la sua fedele trascrizione dell'artwork di un disco di Presley, quello celebre con la scritta verde e rosa ad angolo retto.

Il milanese **Stefano Abbiati** (1979) dipinge icone e personaggi dell'immaginario massmediatico, sperimentando interessanti commistioni stilistiche, in bilico tra espressionismo, caricatura e illustrazione. Con una tecnica mista, che include il collage e il disegno, Abbiati dipinge i suoi VIP come fossero le marionette di uno spettacolo per bambini. Fonzie, Maradona e Rocco Siffredi diventano, allora, nient'altro che rielaborazioni di segni e codici, registrazioni del rumore di fondo della cultura popolare, ma compressi e deformati in una stranianti versione ipotrofica.

Legato ad un linguaggio schiettamente pop, ricco di spunti e suggestioni fantastiche, è

Tiziano Soro (1979), che si ispira alle immagini cinematografiche e televisive, al colorato dell'advertising e al mondo dei giochi per bambini. L'artista combina stile flat e figurazione realistica in una pittura semplice e raffinata, in cui aleggiano influssi dell'estetica Sixties e suggestioni ornamentali. Nelle sue tele, le immagini sono, infatti, ridotte a icone di puro valore segnaletico, stagliate, come figurine adesive, su fondali contrassegnati da bizzarri pattern araldici.

Sporca e politicamente scorretta è, invece, la pittura di **Monica Palumbo** (1972), che trasferisce immagini e loghi di celebri giochi per bambini in sconvenienti contesti erotici o in stridenti scenari bellici. Il suo è un pop espressionista, percorso da una vena ludica e provocante, spesso giocata su maliziosi accostamenti visivi. Sintomatiche, in questo senso, sono le opere di carattere erotico, come i due nudi di donna con i loghi delle Winx e della Barbie che occultano (o forse censurano) la visione diretta dei genitali. Altrettanto scabrosa è l'immagine di Hello Kitty, icona infantile per eccellenza, qui trasformata in simbolo dello strapotere militare americano.

Gotiche e misteriose sono, invece, le modelle dipinte da **Maurizio Carriero** (1980) con uno stile neo-dandy in cui convergono l'immaginario fashion e la citazione colta. L'artista parte da suggestioni legate ai maestri rinascimentali, Dürer in primis, per elaborare un linguaggio grafico di sicuro impatto, in cui gli stereotipi pubblicitari del mondo della moda vengono trasfigurati, fino a diventare irriconoscibili. Nella sua pittura in bianco e nero, l'exasperazione estetica dei corpi e l'affettazione delle pose si fondono con elementi iconografici contrastanti, come l'ingrandimento di insetti di varie specie, di strutture cristalline di fiocchi di neve o di particolari desunti da antiche tavole anatomiche.

Dedicati apparentemente agli eroi in calzamaglia della tradizione fumettistica americana sono i disegni di **Giovanni Manzoni Piazzalunga** (1979). In verità, i suoi eroi sono persone comuni, uomini e donne che, con le loro azioni quotidiane, diventano protagonisti di un eroismo silenzioso. L'artista non ci offre, dunque, una versione prosaica e realistica del superuomo con superpoteri, ma una normalizzazione del concetto stesso di "eroismo", applicabile a chiunque sappia vivere con coraggio la propria vita.

Infine, con le sue piccole tele, **Samuel Sanfilippo** (1975) getta uno sguardo ironico sulla realtà, illustrando scene buffe e paradossali di cui sono protagonisti eroi inconsapevoli o star dell'arte, come l'irriverente Terry Richardson, icona di uno scanzonato immaginario porno-pop. Sanfilippo descrive, con il suo stile rapido e immediato, spaccati di vita metropolitana, brevi flash che, insieme, compongono l'affresco di un mondo gioiosamente bizzarro.

Stefano Abbiati

Nato a Milano nel 1979, dove vive e lavora.

Statement

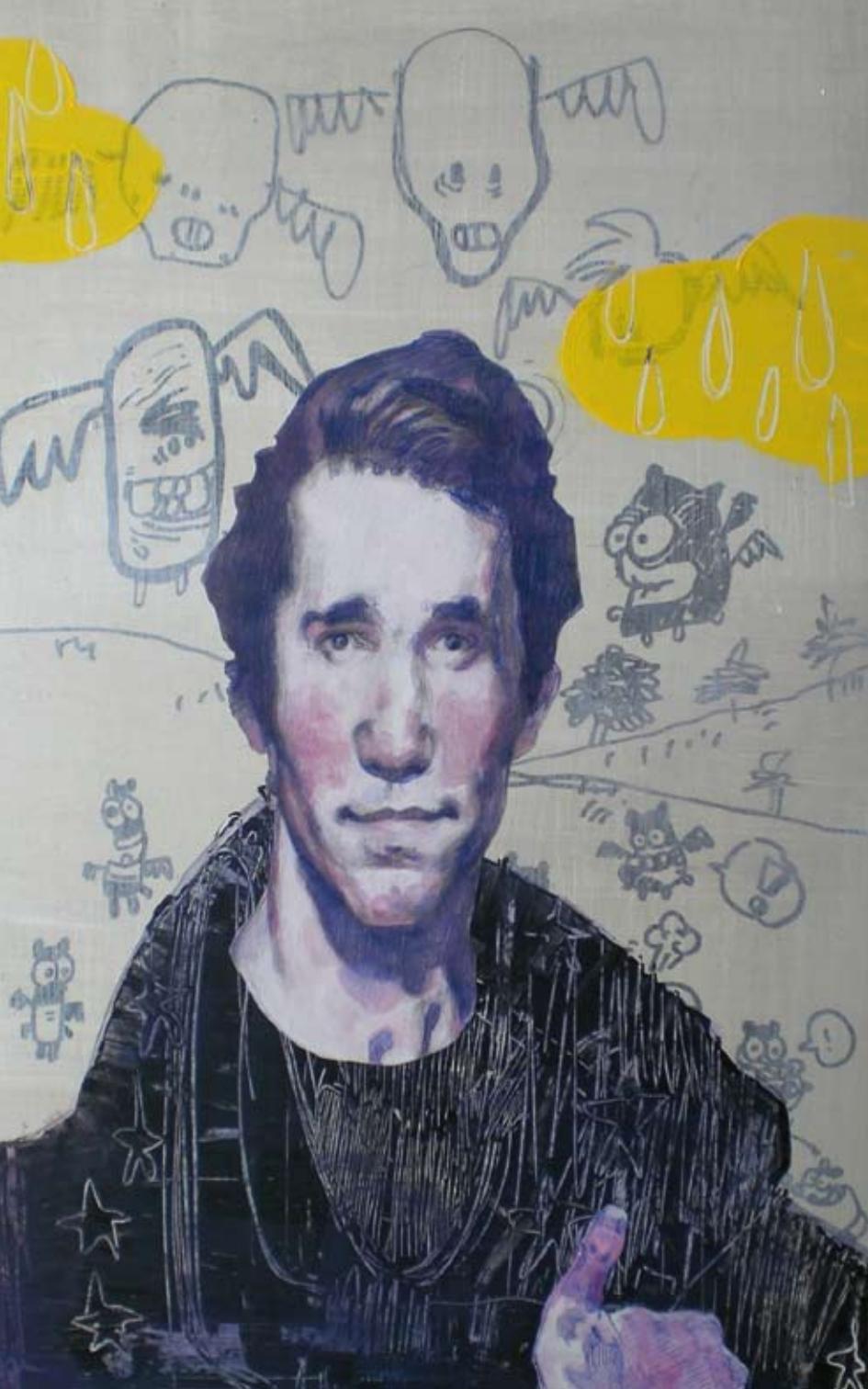
Attraverso un procedimento mentale di “flow”, simile per certi versi al Flusso di Coscienza di Joyce, rielaboro segni e iconografie tratte dalla cultura popolare, e più nello specifico dalla memoria della cultura di massa (sia essa cronologicamente recente oppure no), spogliando il tutto e portandolo a mescolarsi in un gioco di rimandi e contraddizioni, fino a costituire in ogni quadro una sorta di spazio che io definisco “cavo”. In questo spazio cavo si possono trovare Maradona, Fonzie o Rocco Siffredi (magari mentre discute col mio vicino di casa).

El pube de oro, 2007
tecnica mista su cartoncino
cm 29,7 x 21



Il tuo cane non ci sta più dentro, 2007
tecnica mista su cartoncino
cm 29,7 x 21





Estasi 1: Fonzie, 2007
tecnica mista su pannello di legno
cm 35 x 57



Estasi 2: Numero10, 2007
tecnica mista su cartoncino
cm 35 x 57

Maurizio Carriero

Nato a Piedimonte Matese (Caserta) nel 1980.

Vive e lavora a Milano.

Statement

Mi piace la citazione, il ready made, l'idea di pensare a temi che nel passato sono già stati definiti e che c'è la possibilità di rimescolare le carte, ridefinire gli schemi... Ecco, questo probabilmente è un atteggiamento pop. Nella serie per così dire "neo gotica" mi sono divertito a immaginare che opere di Dürer o di altri artisti del passato potessero diventare delle sorte di locandine pubblicitarie per la moda o nella serie sulla melanconia in cui ho messo in evidenza un atteggiamento che non riguarda più gli artisti contemporanei ma che può essere rivisitato, rapportato alla mia generazione cresciuta ascoltando gruppi musicali come i Radiohead che parlano con ironia del malessere interiore...L'ironia è un altro atteggiamento pop.

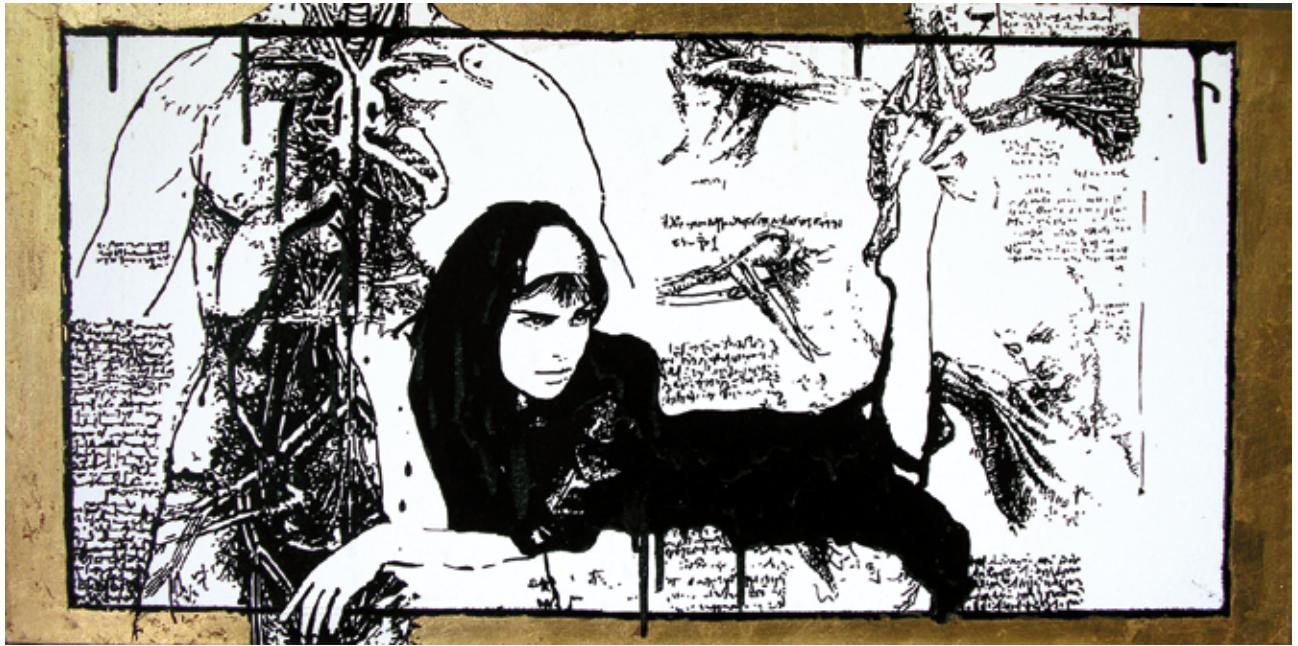


Untitled, 2007
pennarello a smalto, olio, smalto e oro su lino
cm 100 x 130



Il tuo cane non ci sta più dentro, 2007
pennarello a smalto, olio, smalto e oro su lino
cm 70 x 90





nella pagina precedente

Frozen, 2007

pennarello a smalto, olio e smalto su lino
cm 70 x 90

Lady Da Vinci, 2007

pennarello a smalto, olio e smalto su lino
cm 80 x 40

Giovanni Manzoni Piazzalunga

Nato a Cochabamba (Bolivia) nel 1979.

Vive e lavora a Milano.

Statement

Se parliamo di eroi contemporanei, mi balzano alla mente personaggi come Gandhi, Martin Luther King, il Dalai Lama e altri meno citati dai media perché più scomodi, come Ang San Suu Kyi, Rigoberta Manciù, Malcom X o il piccolo Panchen Lama. Tutti questi “eroi contemporanei”, che con le loro azioni riescono a creare le nuove circostanze della realtà, esistano per merito di altri “eroi minori”, cioè di tutte quelle persone comuni che non possono scegliere cosa essere ma sono, malgrado tutto, ciò che le circostanze fanno di loro: un genitore che sostiene le idee di un figlio, un fumettista che dopo molti tentativi riesce a pubblicare la sua prima tavola, un compagno di classe che ti aiutava con i compiti o una persona incontrata per caso che ha ispirato la tua migliore idea. Insomma, tutte le persone che con i loro piccoli gesti hanno reso la tua vita “un po’ meno amara” o “un po’ più dolce”...



Non esiste, 2007
matite e caffè su carta
cm 100 x 70



Ritratti di veri eroi, 2007
matite e caffè su carta
cm 100 x 70



***L'eroe viaggiatore sognatore**, 2007
matite e caffè su carta
cm 100 x 70*



Siamo tutti eroi di qualcuno, 2007
matite e caffè su carta
cm 100 x 70

Monica Palumbo

Nato a Cochabamba (Bolivia) nel 1979.

Vive e lavora a Milano.

Statement

La pubblicità, la cultura mass mediatica, le icone pop del nostro mondo consumistico, insieme a quelle della mia infanzia (Hello Kitty, Barbie, Peter Pan e ora anche le Winx) e a quelle delle riviste femminili, come *Io Donna*, *Amica* e *D di Repubblica*, sono fonti di energia creativa, da cui traggio spunti interessanti per raccontare la mia vita intima e personale. Mi aiuta studiare, re-inquadrare e quindi riutilizzare queste immagini, fondendole e miscelando anche senza un vero senso, spinta da una forza istintiva che mi guida e mi aiuta nella scelta più coerente.

Hello Ketty, 2003
acrilico su tela
cm 100 x 100



What's up, 2003
acrilico su tela
cm 100 x 100





Wink, 2005
acrilico su tela
cm 60 x 40



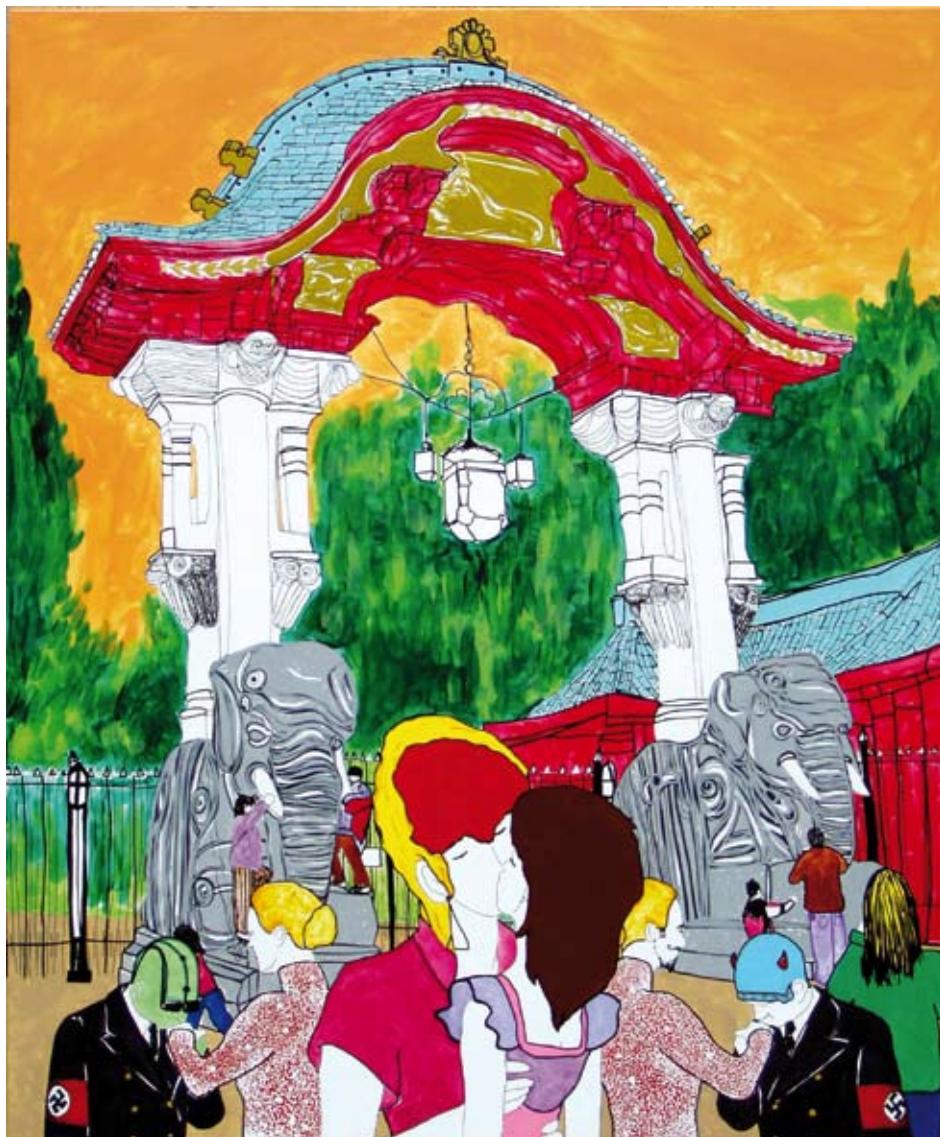
Barbie, 2003
acrilico su tela
cm 45 x 35

Michael Rotondi

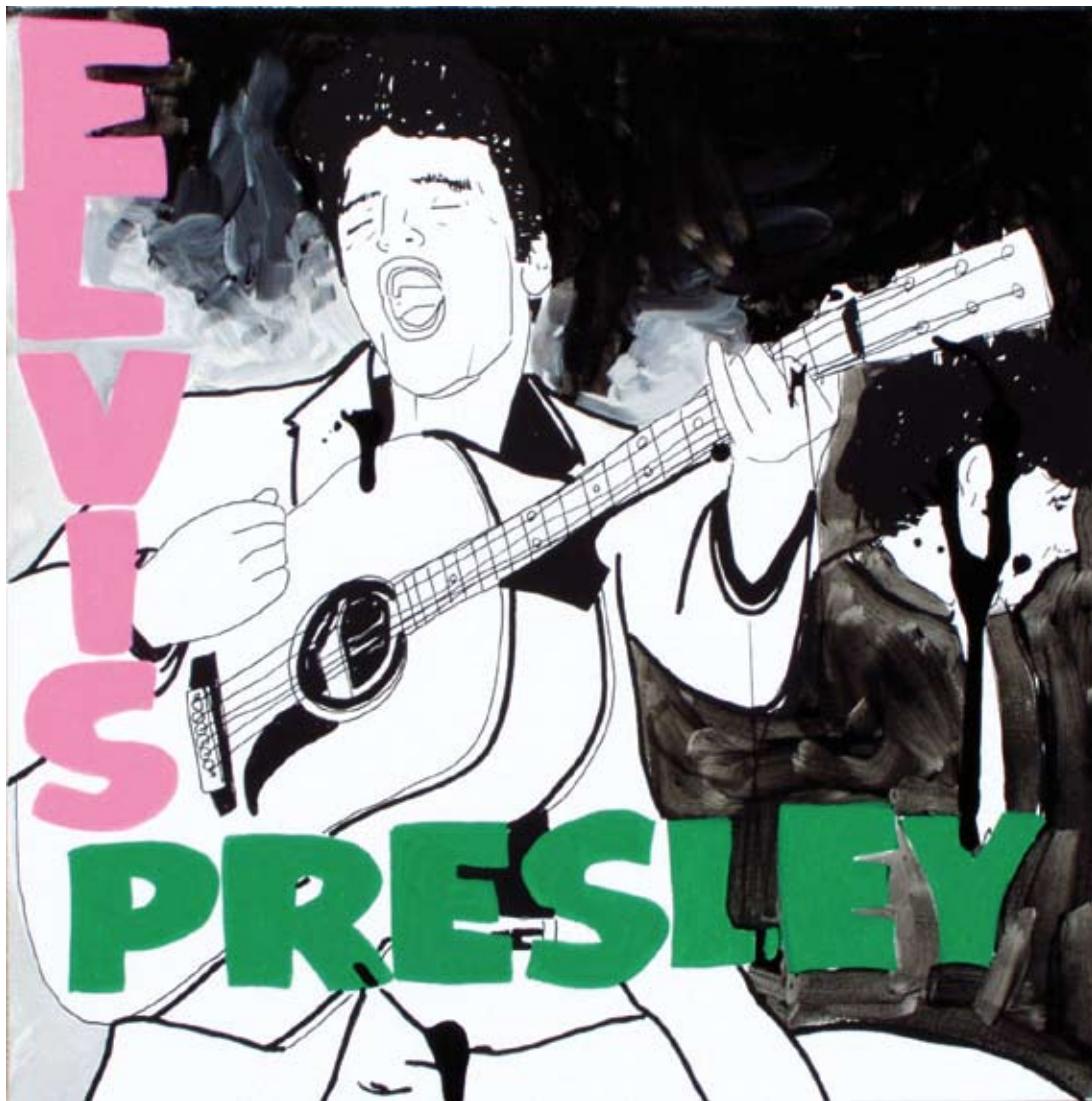
*Nato a Bari nel 1977.
Vive e lavora a Livorno.*

Statement

Parlo della mia vita attraverso veicoli di matrice pubblicitaria e grafica e creo il paradosso di parlare di cose intime mostrandole in maniera esplicita. Contamino la mia ricerca con la musica contemporanea, ispirandomi ai testi o ai dischi di band che ascolto continuamente. Tutto è per me ready made e me ne servo per trasformarlo in disegno. Prendo spunto dai disegni punk delle fanzine, dalle grafiche delle T-shirt, dagli stickers degli anni 80, dai manga, dalle foto dei Ramones o da quelle dei compagni di classe delle elementari.



Mirino from zoo, 2007
tecnica mista su tela
cm 120 x 100



London Calling, 2007
tecnica mista su tela
cm 40 x 40



Elvis Presley, 2007
tecnica mista su tela
cm 40 x 40



NIRVMIND, 2007
tecnica mista su tela
cm 60 x 60



*1, 2, 3, 2007
tecnica mista su tela
cm 60 x 60*

Samuele Sanfilippo

Nato a Caltanissetta nel 1975.

Vive e lavora a Milano.

Statement

A mio avviso esistono delle realtà parallele (non sono specificatamente fisiche, ma possono essere puramente mentali o spirituali), in cui ognuno di noi può assumere forme e significati diversi, fino a diventare "icona di una modernità" non ascrivibile a nessun tempo. C'è chi pensa che certe "allucinazioni" naturali o artificiali, siano il frutto di alcune alchimie molecolari che il nostro corpo ci somministra. Secondo queste alchimie esistono, ma sono il frutto di un'indagine che ognuno di noi compie nella propria struttura spirituale temporale, sfruttandola per perdersi in una realtà che non segue né calendari né orologi.



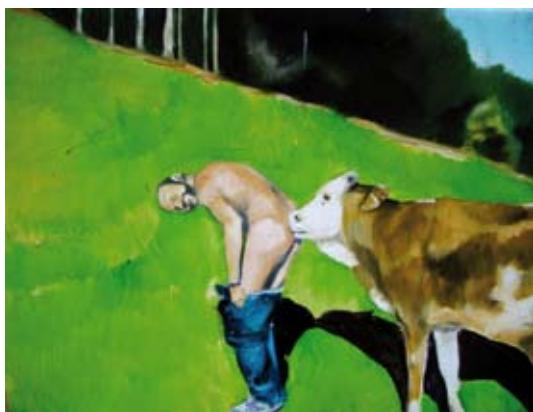
Agnello di Dio, 2007
olio su tela
cm 24 x 30



Terry, 2007
olio su tela
cm 30 x 24



Isacco, 2007
olio su tela
cm 30 x 24



Lussuria, 2007
olio su tela
cm 30 x 24

Pink, 2007
olio su tela
cm 30 x 24



Jesus, 2007
olio su tela
cm 30 x 24



Tavoragno, 2007
olio su tela
cm 30 x 24

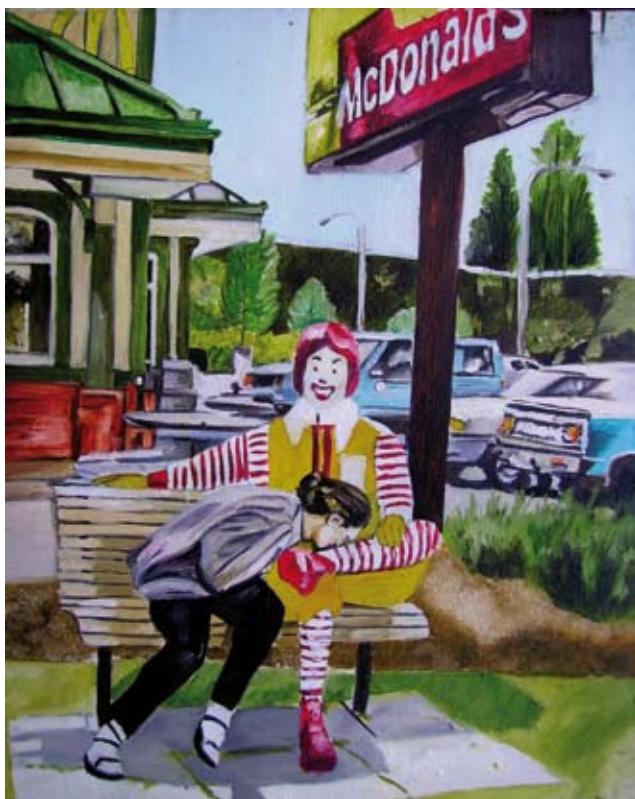




Giallo, 2007
olio su tela
cm 24 x 30



Il male, 2007
olio su tela
cm 24 x 30



Gola, 2007
olio su tela
cm 24 x 30



Wonder Woman, 2007
olio su tela
cm 24 x 30

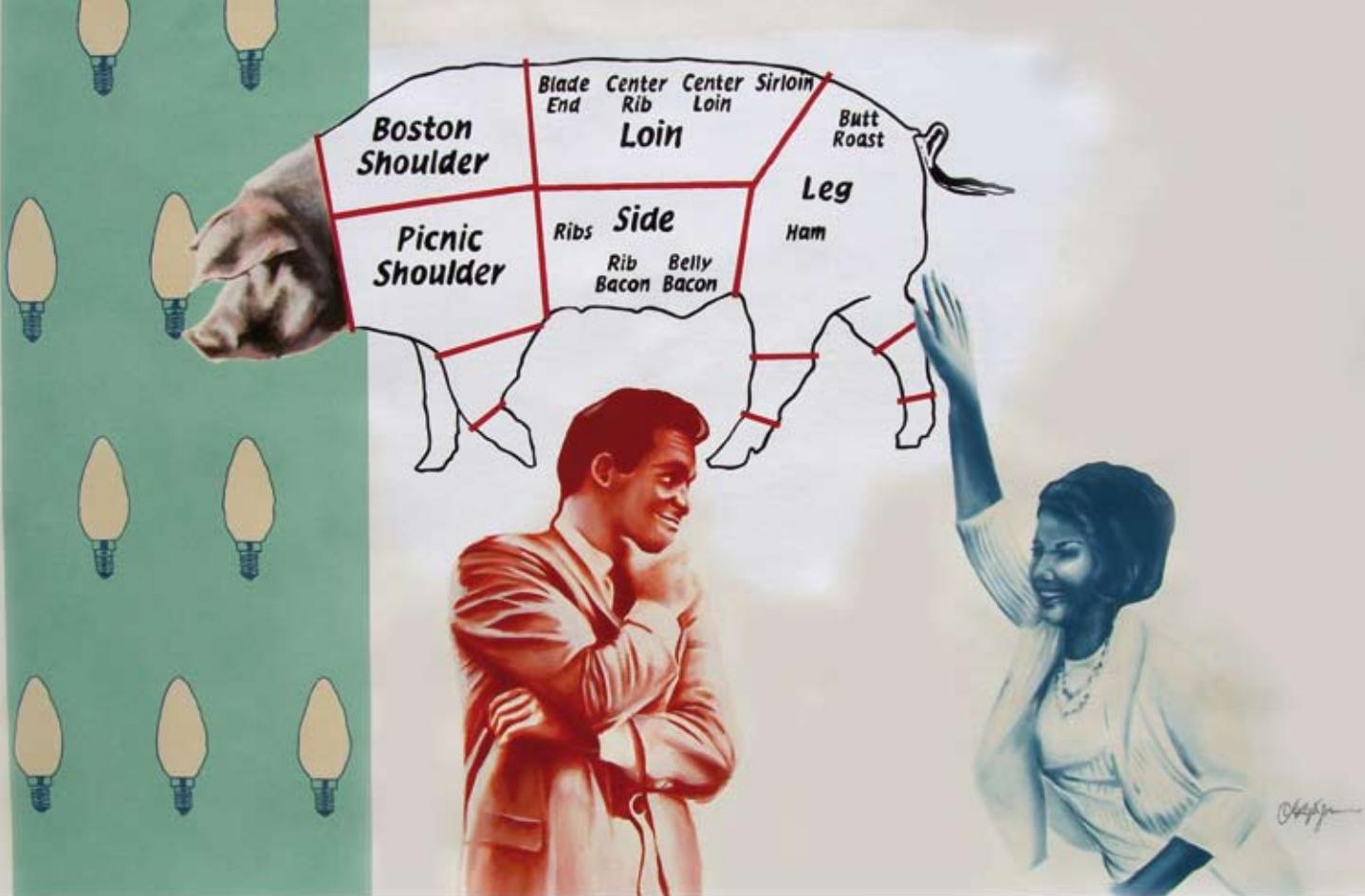
Tiziano Soro

Nato a Milano nel 1979.

Vive e lavora a Cambiagio (Mi).

Statement

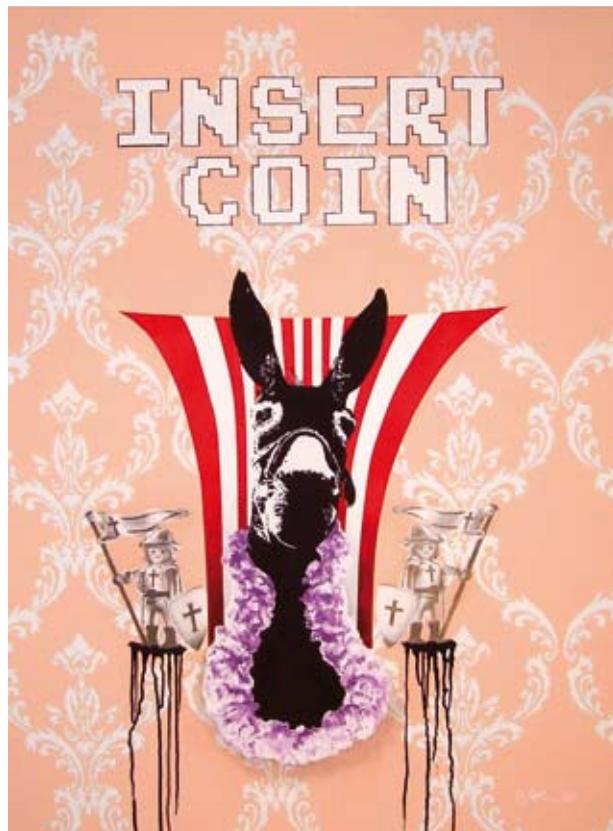
Quello che offro è una visione diversa, sicuramente provocatoria, una strada differente per dimostrare che si può fare, che si può salpare senza una rotta, e che perdersi o allontanarsi non significa fallire... anzi. Seguire il Bianconiglio per vedere fino dove arriva la sua tana, anche solo per dare una sbirciatina, per vedere com'è dall'altra parte, è il metodo più efficace per portare il fruitore a domandarsi perlomeno se davvero esistono solo i punti di vista imposti dall'etica e dai valori morali piuttosto che da situazioni o personaggi oramai morti e sepolti.



Untitled, 2007
acrilico su tela
cm 145 x 90



Untitled, 2007
acrilico su tela
cm 150 x 106



Untitled, 2007
acrilico su tela
cm 118 x 85



Untitled, 2007
acrilico su tela
cm 142 x 65



Untitled, 2007
acrilico su tela
cm 132 x 104

SPAZIOINMOSTRA



dal 4 al 29 febbraio 2008

a cura di
Ivan Quaroni

testi di
Ivan Quaroni

progetto grafico
Mantovani ADV, Milano

stampa
Arti Grafiche Mario Bazzi, Milano

ringraziamenti
**Federica Ghizzoni ringrazia tutti gli artisti
che hanno partecipato a questa mostra.**

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l'autorizzazione dei proprietari dei diritti e dell'autore.

© Milano 2007 | © Tutti i diritti riservati
© Gli artisti per le opere | © L'autore per i testi



STEFANO ABBIATI
MAURIZIO CARRIERO
GIOVANNI MANZONI PIAZZALUNGA
MONICA PALUMBO
MICHAEL ROTONDI
SAMUELE SANFILIPPO
TIZIANO SORO

SPAZIOINMOSTRA

Via Cagnola, 26 • Milano
02 33105921 • 335 6665509
info@spazioinmostra.it
www.spazioinmostra.it