

# LA NEW NETART DI BRAD TROEMEL

curated by LUCIANO MARUCCI

Brad Troemel a "89Plus Marathon" 2013 (courtesy Serpentine Gallery, Londra)



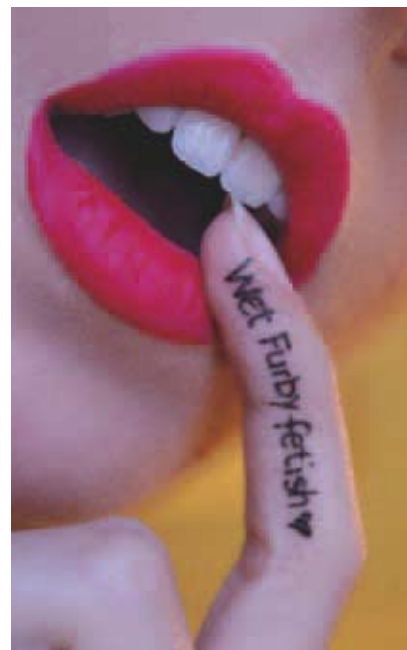
Ho conosciuto Brad Troemel nell'ottobre del 2013 durante "89plus" Marathon alla Serpentine Sackler Gallery di Londra, incentrata sulla creatività della cosiddetta "Diamond Generation" - quella nata dopo la caduta del muro di Berlino - che opera soprattutto con le nuove tecnologie informatiche. Il ventottenne artista newyorkese - aspetto di bravo ragazzo, estroso ed egocentrico pur mostrando un'identità plurima - nell'illustrare la sua esperienza aveva attuato una sorta di performance verbale, con proiezioni video, riuscendo a leggere una normale lezione di un'ora nei 15 minuti che gli avevano assegnato.

Brad è anche scrittore e blogger. Si è laureato al Master of Faculty of Arts della New York University e insegna al Pratt Institute e alla School of Visual Arts.

Ha scritto saggi che ha raccolto in *Peer Pressure*, edizione online (2010-2011) su piattaforme creative, *image aggregators*, pratiche relazionali, eccetera. Da quando è divenuto famoso viene chiamato da prestigiose istituzioni statunitensi a tenere conferenze esplicative sulla cultura visiva digitale e su come egli agisce in essa. Nel 2009 con la compagna di studi Lauren Christiansen ha iniziato a fare il photoshopper inserendo le immagini in "The Jogging": sito di grande popolarità che dal 2012 sta suscitando l'interesse dei media. Nello stesso anno ha aperto un "Etsy" store online, tra l'altro specializzato nella vendita (a prezzi accessibili) di 'sculture' alimentari deperibili (perciò temporali), realizzate assemblando con disinvoltura ready-made commerciali che eleva a dignità di opera d'arte. Con la sua divertita iperattività inonda internet di lavori anche aperti invitando gli utenti a "ribloggarli" e, quindi, a partecipare all'atto inventivo. Sostiene, un po' alla Beuys e alla Munari, che "l'arte è di tutti". Operatori visuali, poeti, scrittori, musicisti o persone qualsiasi gli inviano dei *post* che egli, in veste di curatore, seleziona e acquisisce in forma anonima (ma identificati da un glifo) nel suo blog, etichettandoli come "sculpture" o "performance". Così dà agli stessi una visibilità inaspettata. Ora, per incentivare la trasformazione contestuale, offre ai *contributors* anche un compenso, sia pure simbolico.

Nel suo saggio *Athletic Aesthetics* (pubblicato in "The New Inquiry" il 10 maggio 2013) delinea la figura dell'artista emergente alle prese con il sovraccarico di informazioni della rete e spiega che l'azione creativa è simile a un esercizio fisico. Per lui la concezione del pezzo unico fatto nell'atelier ha trovato l'antitesi negli "athletes" (abbinamento delle due parole del titolo del suo saggio), cioè in chi ha una rapida capacità di concretizzare coinvolgendo un'ampia "accidental audience". Un'opera non basata su *internet meme* (idea o azione che si diffonde per imitazione e diventa subito celebre perché recepita da un vasto pubblico) non è arte: il flusso dei *viewers* deve essere continuo ed elevato. E ciò è possibile nel web, in quanto non ci sono confini.

Nell'aprile scorso la Web Art ha avuto la sua Silicon Valley Art Fair al McEnery Convention Center di San Jose in California. La Untitled Gallery, con uno stand interamente dedicato a opere che affrontavano temi innovativi nel campo della distribuzione, era riuscita a combinare, meglio di altre, arte e tecnologia. Troemel



vi esponeva una tela chiusa sottovuoto in un involucro di plastica, costellata da una manciata di *bitcoin* (moneta virtuale, utilizzata in internet, che sta entrando prepotentemente nell'economia reale).

L'artista - non essendo interessato ai linguaggi correnti e alle attuali modalità espositive - segna una netta discontinuità con il sistema dell'arte vigente. Rivolge la sua azione a quanti si connettono con internet, che hanno voglia di autorealizzarsi con un *personal branding*, di socializzare e di mettersi in casa un prodotto decontestualizzato ed elaborato al computer, vicino al proprio modo di vedere e di vivere. Promuove un'arte diffusa, in perfetta sintonia con il mondo globalizzato, che si propaga al di fuori delle gallerie private e delle istituzioni museali riservate a un'élite. Non si ispira ai capolavori consacrati dalla storia dell'arte. Volendo trovare delle tangenze, si può pensare alla prima Pop-Art di Warhol; allo spaesamento di Magritte; alle rivisitazioni infantili di Koons; all'anarchia di Dada e Fluxus. Per l'immediatezza comunicativa si avvicina ai messaggi pubblicitari enfatizzati dai media. In altre parole usa tecniche e ideazioni che favoriscono la percezione istantanea e prende spunti dalla produzione industriale, dai consumi di massa, dagli accadimenti socio-politici. Certe stravaganze dell'immaginario collettivo rimandano a quelle pubblicate da Maurizio Cattelan e Pierpaolo Ferrari nella rivista "Toiletpaper", che l'Azienda Seletti di Mantova riproduce in originali oggetti da tavola.

Ecco allora che Troemel (e gli altri autori che entrano in gioco) per comporre l'artefatto non va in profondità: concentra il significato tutto sulla superficie. Gli attribuisce caratteristiche diverse da quelle dei linguaggi artistici codificati; supera l'individualismo e l'approccio intellettuale; riduce la dimensione feticistica e la dicotomia tra arte e vita. Esplora territori fantastici di gusto popolare e dialoga con una platea medio-bassa non sofisticata, dalla quale provengono i maggiori consumatori dei suoi prodotti.

La costante ironica e la metafora giocosa agevolano la divulgazione e alleggeriscono la carica critica ed etica, sebbene l'iperrealismo degli interventi non abbia dichiarate finalità contestative o moralistiche. Naturalmente la libertà espressiva del grande numero non esclude posizioni ideologiche, anche se di solito l'irriverenza e la provocazione sono frutto di un'iconografica spontanea e cronachistica o di un concettualismo elementare. Di sicuro non manca la valenza didattica funzionale alla comunicazione-propagazione del progetto generale. In definitiva ci troviamo di fronte a un genere che dice il vero strumentalizzando le invasive icone che noi stessi costruiamo; quelle che connotano un presente che si avvia verso il futuro.

Brad, in-volontariamente, finisce per esaltare lo stereotipo ibridando i soggetti piuttosto esteriori della quotidianità. Con la sua pratica contaminante e interattiva, supportata da una teoria ben motivata e articolata, registra certe manifestazioni della vita moderna, senza apologia o condanna, evidenziando il divenire delle mutazioni determinate dal pensiero umano e dai comportamenti delle comunità.



Il processo espansivo in atto, pur non avendo nazionalità, è più accelerato nei paesi conquistati dal consumismo, nei quali è maggiore l'impiego del web e dei social network. Non a caso i riferimenti più diretti sono agli Stati Uniti dove spesso si vive la realtà passivamente, anche se in maniera più dinamica.

La nuova Net Art di Troemel & co. potrà occupare la scena dell'Arte più nobile da loro evitata? Delle creazioni meno aristocratiche (a basso costo) di questa tendenza estrema del presente più vitale, prima o poi si approprierà il tradizionale mercato dell'arte, dal momento che tutto è merce finché esiste chi è disposto ad acquistare...? Staremo a vedere!

*nella pag. a fianco in alto da sx a dx: Josh Citarella e Andrew Christopher Green "Baguette Koozie" 2012, pubblicato in "The Accidental Audience" di Brad Troemel; "Egg Player" 2013 (courtesy l'Artista); "Jeremy Meeks Wheatgrass plant" (Courtroom Accessories) 2014, sculpture, remix (courtesy "The Jogging" by Brad Troemel); in questa pag. in alto da sx a dx: "NOTION", rivista in busta sottovuoto con in copertina il ritratto della cantante Sky Ferreira e un guanto della catena di negozi HOT TOPIC 2013 (courtesy Etsy by Brad Troemel); "LIMONE", supporto (completo di limone biologico) con estensioni di capelli della catena di negozi HOT TOPIC. È ora di portarlo nella tua casa o nel tuo ufficio senza senso di colpa (courtesy Etsy by Brad Troemel); "Non vedo l'ora che arrivi il momento prezioso quando l'arte cambierà passando dall'uso del 'sovversivo' al 'destabilizzante" 2014 (courtesy "The Jogging" by Brad Troemel); in basso: "Freedom Kebab" 2014 (courtesy "The Jogging" by Brad Troemel)*