

Uno «spazio-vetrina» per sette giovani artisti

Fino al 30 luglio «SS 16 – Autoinstallazione/Rimozione»

di LUCIANO MARUCCI

La post-modernità sta condizionando fortemente i comportamenti umani che si dirigono verso una spettacolarità sempre più aperta. Si tende, cioè, a vivere fuori di sé, ad esibirsi, ad apparire, privilegiando le superficialità propagandate dai mass-media. Oggi tutto è vetrina e la stessa è specchio della quotidianità; luogo di comunicazione al servizio di chi produce, vende e consuma. Sito ideale dell'eccentricità e della seduzione, è ovunque e chi non ce l'ha se la inventa. Nei villaggi del terzo e quarto mondo dove non ha una sede ufficiale, gli oggetti in vendita vengono disegnati sulle pareti esterne delle misere dimore. C'è pure chi diventa nomade per andare incontro alla gente e fa della strada o della piazza la sua vetrina. Da noi i vu cumprà se la portano addirittura addosso sopportandone il peso... Mille sono i modi di esporre i prodotti: alcuni legati alle necessità essenziali; altri ai falsi bisogni incentivati dallo sfrenato consumismo che porta perfino a vendere l'amore attraverso donne-oggetto messe lì per adescare. Per sfruttarne al massimo le potenzialità e vincere l'indifferenza del pubblico vengono mobilitati specialisti e designers di grido. S'inventano paradossi pubblicitari catturanti, ingannevoli, tanto che al fascino del contenitore spesso non corrisponde la qualità del contenuto. La vetrina, dunque, pur di s-vendere tenta di calamitare lo sguardo inseguendo le mode e le abitudini senza porsi il problema di *educare*. Il fenomeno è così macroscopico e generalizzato che meriterebbe di essere analizzato a fondo pure dai sociologi.

Da qualche tempo anche l'arte visiva cerca di abitare dappertutto. Lascia le abituali residenze e va ad occupare spazi alternativi più disinvolti e stimolanti. Scende dalle pareti, esce dalle cornici e si esibisce negli ambienti più impensati: artificiali e naturali, pubblici e privati, nobili e ignobili... Non poteva quindi ignorare un posto a vocazione estetica come la vetrina nella segreta speranza di conquistare i distratti. Senza entrare in merito all'opportunità di associare l'unicità del prodotto creativo alla serialità di quello a largo consumo, tra vetrina e oggetto artistico c'è ancora qualche differenza...: la prima è medium per imporre una merce *utile* ma esteriore ed inerte; l'altro impersona l'interiore, capace di attivare l'immaginazione e la riflessione.

Ho fatto queste considerazioni a proposito di una iniziativa piuttosto originale e propositiva, dal titolo "SS 16 - Autoinstallazione / Rimozione", con cui si aprirà un nuovo spazio espositivo a Cupramarittima: la Galleria Marconi (titolare l'artista Franco Marconi), situata al n. 70 di Via Vittorio Emanuele, che dal 24 al 30 luglio presenterà, uno per ogni sera (dalle ore 22 alle ore 10 del giorno successivo), sette giovani artisti: Danilo Cognigni, Sonia Bruni, Andrea Amadio, Mauro Mazziro, Sabrina Muzi, Laura Palmieri, Franco Chiarelli. Essi non esporranno all'interno della galleria, ma "agiranno" nello spazio-vetrina. In altre parole, non sono stati invitati a portare opere preconfezionate per soddisfare esigenze cosmetiche di facciata, ma a *vivere-allestire* liberamente il luogo messo a disposizione, mentre una in-discreta telecamera fissa registrerà ogni *presenza* per replicarla. In sostanza, ognuno di essi opererà direttamente per *comporre* un'*autoinstallazione*, ovvero un'*opera-habitat*. L'artista, quindi, si proporrà come immagine globale di *performer-ambiente* dando corpo ad una sorta di work in progress inconsapevole. L'*esposizione* va certamente oltre il normale uso anche artistico della vetrina, fino al punto di creare uno spaesamento e di contraddire la sua funzione istituzionalizzata. Ovviamente, gli eventi, ancora sconosciuti, verranno documentati in catalogo a "rimozione" avvenuta. Quindi, a parte le sorprese più o meno premeditate che ogni protagonista riserverà, l'anonima vetrina sarà trasformata in spazio vitale a di-mostra-azione che, se adoperato in maniera non convenzionale, può diventare altro da sé, assumere un ruolo diverso dal solito. Tenerla sveglia... con le performances anche fuori orario, quando si riposa per rifarsi o modificare il look, vuol dire attribuirle un supplemento di significati. Senz'altro si verrà a creare una diversa relazione tra momento privato e fruizione pubblica ed entreranno in campo altre componenti intriganti-soggettive prima non sperimentate. Solo assistendo alle *azioni* si potrà sapere se e come verrà rimosso il concetto di vetrina; con quanta originalità si esibirà ciascun artista; se tenderà la via dell'autonomia e della ricerca d'identità oppure si adeguerà scrivendo "clearance sale" (vendita per liquidazione) sulla propria *figura*. Sarà interessante constatare come reagiranno i passanti e i condizionamenti che da essi deriveranno agli stessi *espositori*. Di

certo saranno *oggetti* da “guarda e passa” o da “USA e jet”. Una volta tanto si potrà assistere ad un *programma* creativo e sincero da un maximonitor senza l’ansia di ricorrere allo zapping per cambiare *vetrina*... Il traffico della Strada Statale sarà un altro ingrediente per rendere più ir-reale la visione... E chissà che la cinepresa con la sua introspezione non riesca a visualizzare anche qualche bel sogno...! Al di là di queste supposizioni, tutte da verificare de visu, per gli autori si tratterà sicuramente di un’autopromozione veicolata dalla spettacolarità ma, almeno nell’immediato, disinteressata...; di un’occasione per ripensare la progettualità del lavoro artistico in rapporto al luogo assegnato. E, a cose fatte, vedremo di quant’altro ancora...

[«Corriere Adriatico» (Ancona), “Cultura Picena”, 23 luglio 1995, p. 12]