

...E fu così che l'Arte...

...divenne Icona...

Tesina di

Valeria

Freddi 5^AE

L'ambigua passione tra le immagini del marketing e la fantasia di pittori e designer

1 Quella che lega i marchi aziendali all'arte è una passione controversa.

Se gli artisti saccheggiano il logo delle aziende, di solito queste sono contente perché il loro brand viene ulteriormente diffuso; ma guai se, al contrario, un'azienda si permette di appropriarsi di un'immagine artistica: partono subito richieste di risarcimento

2 Dagli anni Ottanta il riutilizzo delle icone della storia dell'arte è stato massiccio: per esempio la Nokia ha ripreso il suo marchio dalle mani di Adamo e di Dio, dipinte da Michelangelo, che nella Sistina si sfiorano generando l'energia della creazione, ma il «trucco» era già conosciuto fin dagli albori della grafica pubblicitaria, per esempio dalla Kellogg's che nel 1910 utilizzò la Venere di Milo per vendere i cereali che la Venere prenderebbe «se avesse le mani».

3 Che la **pubblicità** sia considerata un'arte, lo sappiamo, ma che l'arte flirti con lei è una novità.

Forse stanchi dei soliti noti, i pubblicitari si sono rivolti a **testimonial** che per essere belli e trendy non hanno bisogno di restauri (se non sporadici!).

4 Quindi al posto di famosi dello spettacolo, abbiamo visto il **David di Michelangelo** in jeans, la **Venere di Milo** con gli occhiali da sole, la **Gioconda di Leonardo** coi capelli ricci. Bisogna ammetterlo: le statue greche sono meglio dei calciatori e la Gioconda piace di certo più delle veline.

5 **Antico vs iper-moderno.**

Arte vs pubblicità .

Sacro vs profano

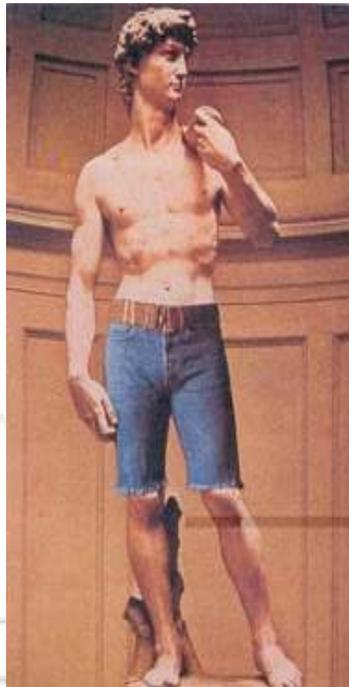
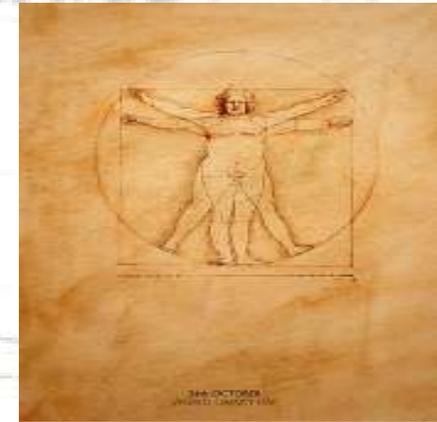
6 Dimensioni parallele che trovano un incontro e si compenetrano in un mix di sottili alchimie.

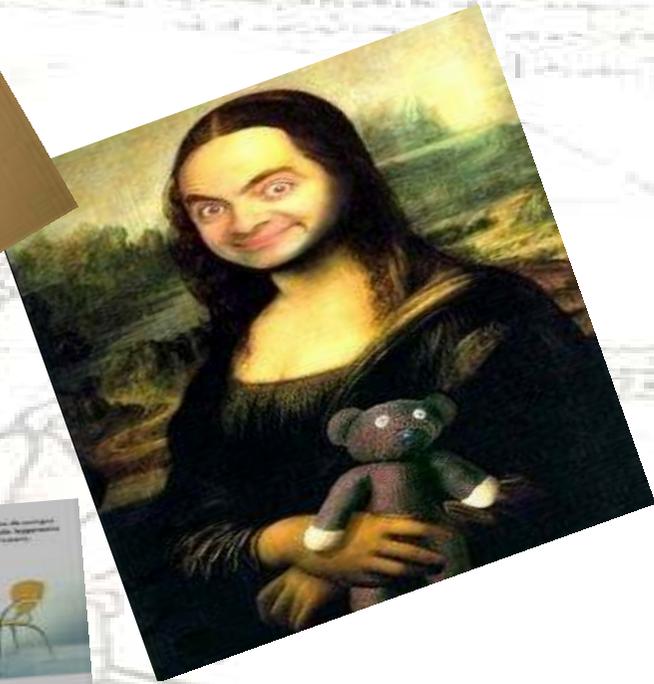
7 Sarà per l'alone di mistero che avvolge la sua storia ma **Monna Lisa**, la famosissima opera di Leonardo, resta il dipinto più "sfruttato" al mondo. Infatti, dalle improbabilissime caricature pittoriche, al cinema, alla pubblicità, la Gioconda è testimonial perfetta della "creatività" più sfrontata. L'ultimo caso viene dall'advertising. La prima immagine a sinistra è un soggetto stampa **Pantene** che come potete vedere,

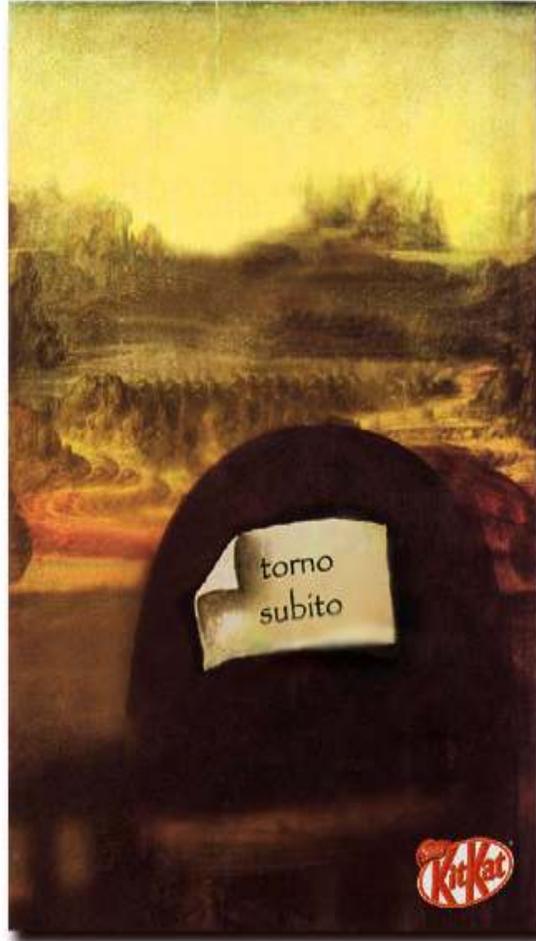


è solo l'esempio più recente (e di sicuro neanche l'ultimo) in ordine di apparizione.

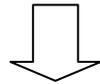
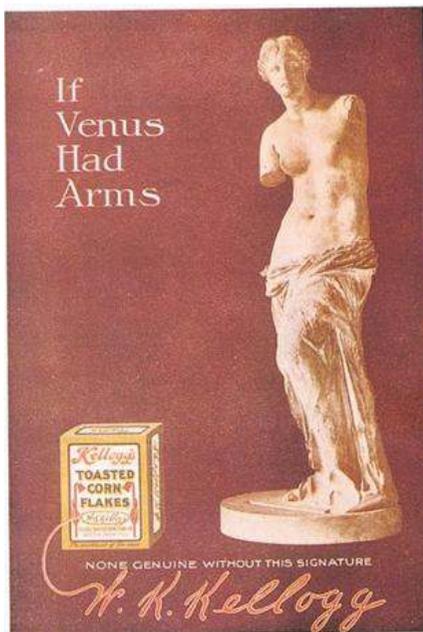
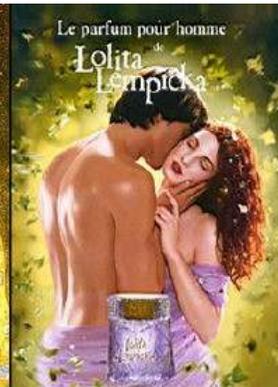
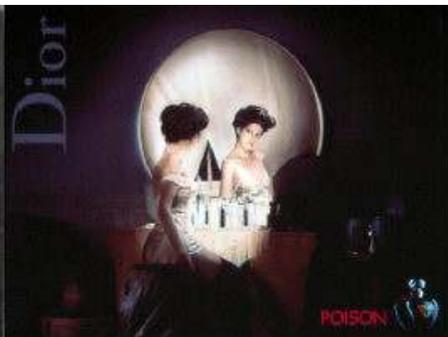
Ecco altri due casi in cui si utilizza l'arte per fare pubblicità. Ho messo insieme questi due perché in entrambi il messaggio è simile: *l'obesità è qualcosa di negativo*. Per trasmettere questo messaggio si sono prese due immagini artistiche molto famose: "l'uomo di Leonardo" e il David di Michelangelo che a loro modo rappresentano due esempi di bellezza, due canoni di bellezza - il primo molto di più del secondo, e sono stati resi grassi grazie ai soliti miracoli del fotoritocco.







have a break, have a Kit Kat



NOKIA
Connecting People



“La Vita è pubblicità

parola di



“UN SUPERMERCATO NON È DIVERSO DA UN MUSEO”.

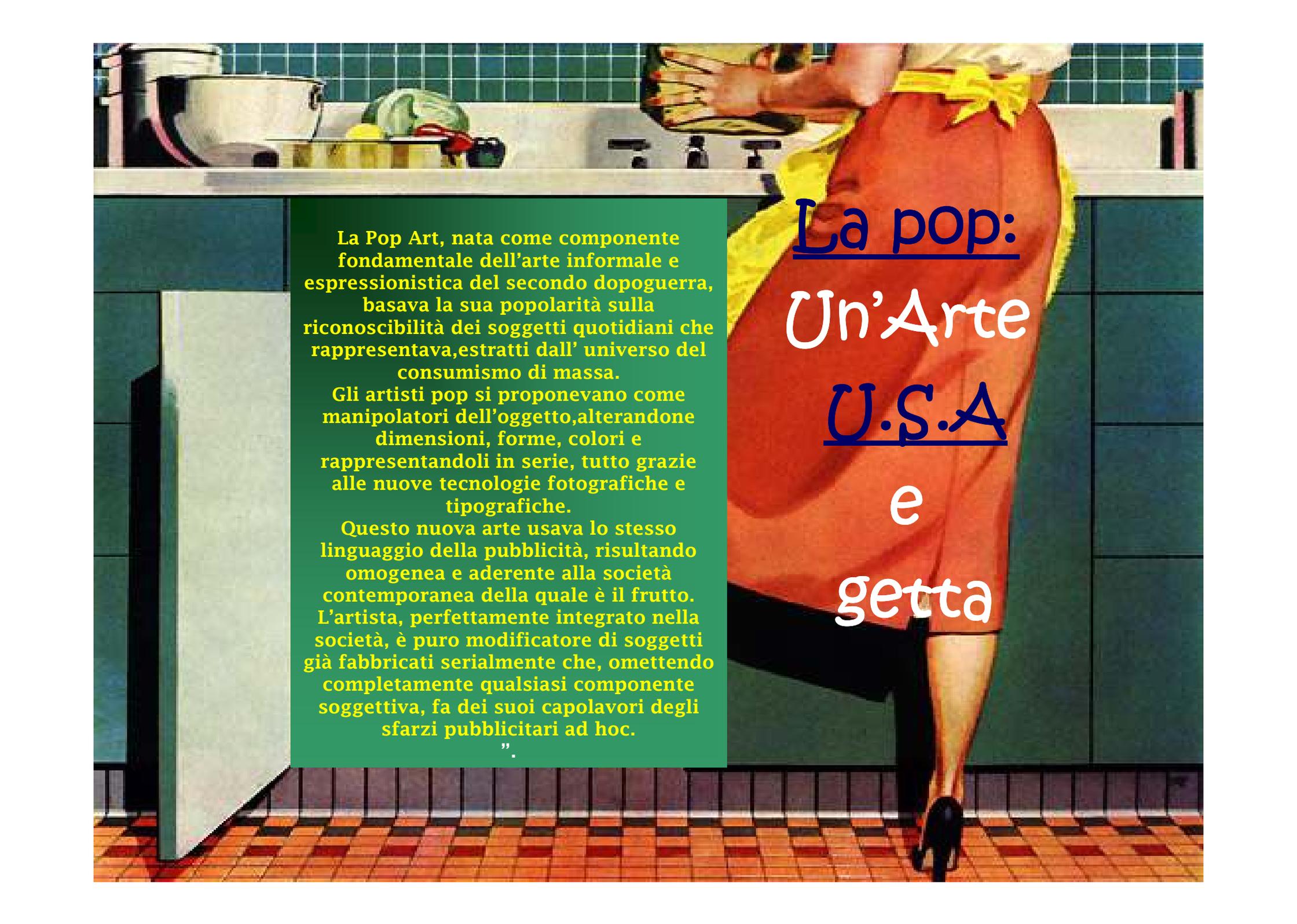
Il concetto non può essere più evidente, oggi. In tempi cioè in cui la nostra vita, gli oggetti che la circondano, vanno sempre più ad assomigliare a uno spot pubblicitario. Che la pubblicità, infine, sia oggi una delle espressioni estetiche più seduttive è nell'esperienza comune. Non altrettanto evidente, comune e scontato tutto ciò quando quel supermercato diventava un museo dentro gli occhi di uno degli interpreti più significativi e lungimiranti dell'arte del Novecento, Andy Warhol.

Andrew Warhola, nasce a Pittsburgh (Pennsylvania) il 6 agosto 1928

Si trasferisce poi a New York dove lavora come grafico pubblicitario presso alcune riviste: "Vogue", "Harper's Bazar", "Glamour". Nel 1952 tiene la prima personale alla Hugo Gallery di New York. Disegna anche scenografie. Nel 1956 espone alcuni disegni alla Bodley Gallery e presenta le sue Golden Shoes in Madison Avenue. Compie poi alcuni viaggi in Europa e Asia.

Intorno al 1960 Warhol comincia a realizzare i primi dipinti che si rifanno a fumetti e immagini pubblicitarie. Nei suoi lavori compaiono Dick Tracy, Popeye, Superman, la celeberrima Marilyn Monroe e le prime bottiglie di Coca Cola.

Inizia a utilizzare la tecnica di stampa impiegata nella serigrafia nel 1962, rivolgendo l'attenzione alla riproduzione di immagini comuni, degne del titolo di "icone simbolo" del suo tempo. Tratta anche temi carichi di tensione, come i Car Crash (Incidenti automobilistici) e Electric Chair (sedia elettrica). Dal suo stile "neutro" e banale prende il via la cosiddetta Pop-art.



La Pop Art, nata come componente fondamentale dell'arte informale e espressionistica del secondo dopoguerra, basava la sua popolarità sulla riconoscibilità dei soggetti quotidiani che rappresentava, estratti dall'universo del consumismo di massa.

Gli artisti pop si proponevano come manipolatori dell'oggetto, alterandone dimensioni, forme, colori e rappresentandoli in serie, tutto grazie alle nuove tecnologie fotografiche e tipografiche.

Questa nuova arte usava lo stesso linguaggio della pubblicità, risultando omogenea e aderente alla società contemporanea della quale è il frutto. L'artista, perfettamente integrato nella società, è puro modificatore di soggetti già fabbricati serialmente che, omettendo completamente qualsiasi componente soggettiva, fa dei suoi capolavori degli sfarzi pubblicitari ad hoc.

”

La pop:

Un'Arte

U.S.A

e

getta

3Con la sua presenza fredda e distaccata, Warhol cancella ogni profondità e i suoi quadri, i suoi ritratti, diventano la celebrazione della superficie. Così l'artista adopera nell'arte l'idea del multiplo, dell'oggetto fatto in serie, cioè la serigrafia: l'individuo ripetuto in uomo di massa, in uomo moltiplicato, portato dal sistema in una condizione di esistenza stereotipata.



7Così **Warhol** situa le proprie immagini per associazione elementare, che riflette con cinica disperazione il destino dell'uomo: l'esibizione come esibizionismo, quale ineluttabile cancellazione della profondità e riduzione ad uno splendente superficialismo

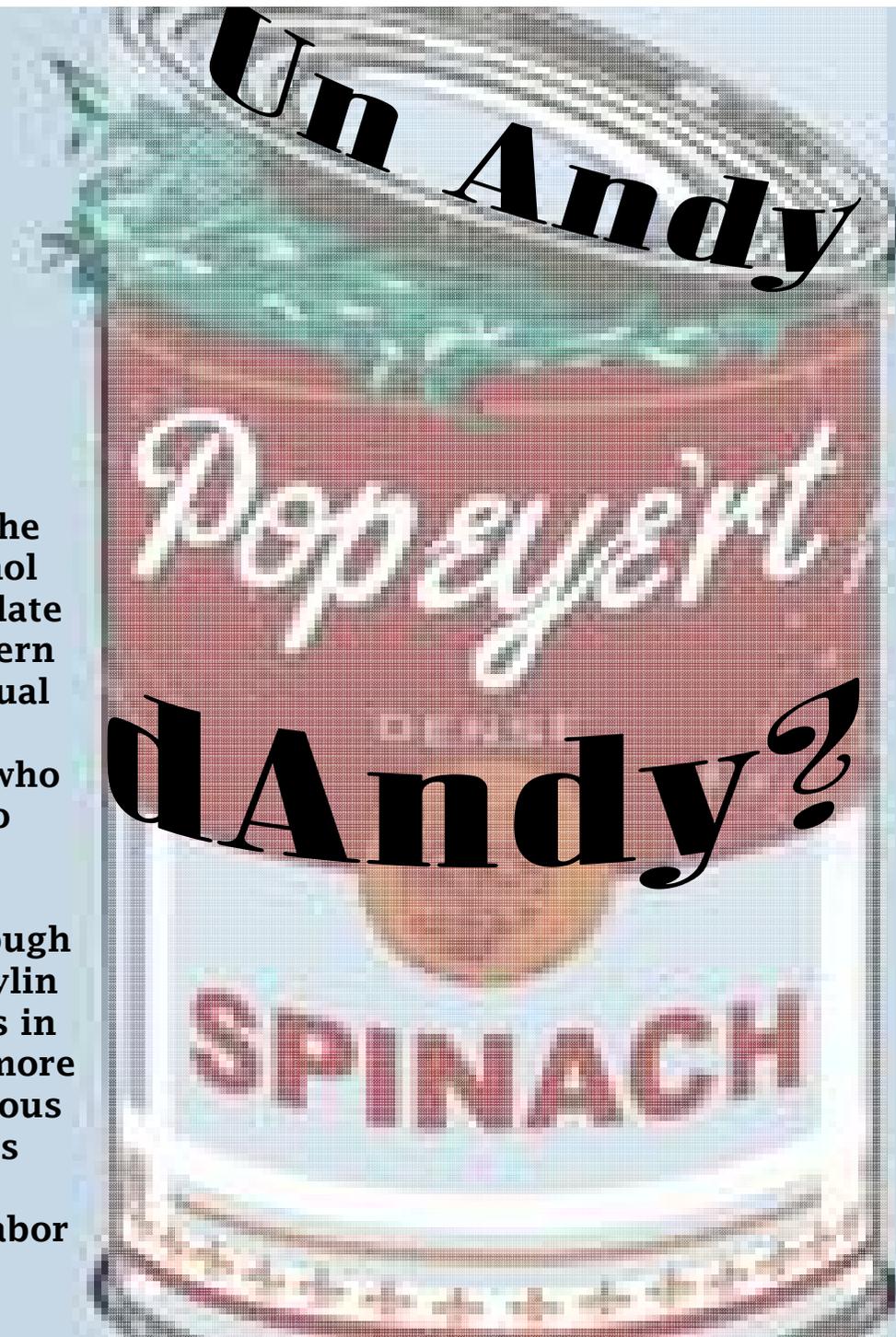
4Al prodotto unico subentra l'opera ripetuta, la cui ripetizione comporta non più un'angoscia esistenziale ma il raggiungimento di uno stato di indifferenza che diventa l'ottica attraverso cui **Warhol** guarda il mondo. Infatti nei suoi quadri ogni intenzione di segretezza viene ribaltata in ostentazione, che è la premessa di quel consumo cui la civiltà americana non intende sfuggire

5L'occhio cinico dell'artista ci restituisce una condizione oggettiva dell'uomo medio americano alla quale egli stesso non si sottrae, in quanto i modelli adoperati non sono fuori dalla realtà americana ma dentro. Dentro ci sono le espressioni, le facce inespressive dell'uomo folle, gettato nella sua solitudine quotidiana, separato dagli altri uomini, incidenti d'auto, opere d'arte mistiche, nature morte di fiori, volti celebri od anonimi, riprodotti con gelida allegria attraverso il procedimento meccanico della serigrafia.

6Così **Warhol** ribadisce e accetta lo stato di manipolazione di ogni cosa, anche dell'uomo, senza disperazione, senza possibilità di alternativa, applicando la considerazione irreversibile dell'uomo come "uomo consumato". Anche l'artista vive dentro una realtà già definita, in cui ogni prodotto è segno della merce.

L'accumulo grammaticale delle immagini è l'effetto di una mentalità che non ha il mito della complessità del mondo ma che anzi ha individuato le istanze dell'uomo e l'ineluttabile e necessaria esibizione di tali istanze, collegata alla dimensione non negativa di spettacolarità insita nel sistema sociale ed economico.

If in the image of the
rackless, like Warhol
was, you can assimilate
the role of the modern
dandy, the conceptual
artist, at times
incomprehensible, who
had a tendency to
magnify almost
iconographic
representations through
his muses (see Marylin
Monroe, and others in
his famous work in more
colors) or food (famous
cans of Campbell's
soup), and who
criticized physical labor
in all its forms,



the prototype of the
dandy in the literature
can be traced in Oscar
Wilde who, a century
before, in full Victorian
age, no longer had
decreed that English
literature was the
bearer of moral values;
he said: "**There Is not
Such Thing as a moral
or immoral book. Books
are well written or
badly written. This is
ALL.**" So he thought
that art could be
absolutely independent,
a veritable cult of
beauty to please
himself.

La società dei consumi e del **BOOM** economico

Un nuovo ordine economico

1A differenza di quanto era accaduto dopo la prima guerra mondiale, però, il vero vincitore della guerra, cioè gli Stati Uniti, fu in grado di ridefinire e imporre un nuovo ordine economico mondiale (da cui si sottrassero solo i paesi del blocco comunista). Il cardine di questo ordine fu innanzitutto la creazione di un nuovo sistema monetario, in grado di sorreggere e agevolare le transizioni finanziarie su scala mondiale. Il nuovo sistema era fondato sulla centralità del dollaro, che sostituiva dopo oltre un secolo la sterlina come moneta di riferimento delle transizioni internazionali. In virtù di questi accordi si verificarono fenomeni significativi, in particolare si sviluppò un'*integrazione dei sistemi economici capitalistici* nella forma di una subalternità nei confronti dell'economia statunitense.

2Gli accordi di Bretton Woods non si limitarono infatti a ridefinire un nuovo sistema monetario incentrato sul dollaro, diedero vita anche ad alcune nuove istituzioni economiche attraverso le quali gli Stati Uniti si misero nelle condizioni di poter controllare le dinamiche finanziarie e orientare le politiche economiche degli altri paesi.

La principale di queste istituzioni fu il **Fondo Monetario Internazionale (FMI)**, finalizzato a riattivare i meccanismi finanziari ogni volta che questi si fossero inceppati in qualche area del mondo. Iniziò così a operare un'istituzione paragonabile a una sorta di banca mondiale, dotata di capitale proprio, col quale si provvedeva a erogare prestiti ai governi in momentanea difficoltà economica.

Per decisione unanime il valore della moneta americana venne ancorato all'oro mediante un rapporto fisso di 34 dollari per oncia.

3I primi beneficiari di questi prestiti furono i paesi europei e il Giappone, ai quali vennero indirizzati sussidi direttamente forniti dal governo americano. Per la rinascita dell'Europa il presidente Truman elaborò il cosiddetto piano Marshall, un ambizioso programma di aiuti economici che prese il nome dal ministro degli esteri che lo ideò: grazie a esso nei paesi dell'Europa occidentale tra il 1948 e il 1952 affluirono milioni di dollari che favorirono il rilancio produttivo su cui si basava la ripresa economica.

Pasolini,

colui che al consumismo rivolse pesanti accuse

1 Pier Paolo Pasolini (Bologna, 5 marzo 1922 - Roma, 2 novembre 1975) è considerato uno dei maggiori artisti e intellettuali italiani del XX secolo. Dotato di un'eccezionale versatilità culturale, si distinse in numerosi campi, lasciando contributi come poeta, romanziere, drammaturgo, linguista, giornalista e cineasta

2 Attento osservatore della trasformazione della società dal dopoguerra sino alla metà degli anni settanta, suscitò spesso forti polemiche e accesi dibattiti per la radicalità dei suoi giudizi, assai critici nei riguardi delle abitudini borghesi e della nascente società dei consumi italiana, ma anche nei confronti del Sessantotto e dei suoi protagonisti.

Ritenendo dunque esaurita la funzione storica della letteratura a seguito del boom economico degli anni 60, si rivolge a nuove forme di comunicazione, primo tra tutti il cinema.

3 Tra le varie sceneggiature che scrisse voglio soffermarmi su La sequenza di Marilyn che costituisce il momento più alto de "La rabbia", un film di montaggio in cui Pasolini stesso si ispirò a fatti accaduti realmente come prove del segno impresso dalla società consumistica sul mondo contemporaneo. Ad esempio illustra la morte di Marilyn Monroe per parlare della morte della bellezza, lamenta la scomparsa del mondo contadino e rivolge aspre critiche all'industrializzazione, al conservatorismo, all'anticomunismo e alla borghesia.

4 Infatti Marilyn era una bellissima donna, la cui bellezza il mondo ha però comprato, trasformandola in altro, in oggetto. La bellezza, divenuto un oggetto di consumo, è ora un male mortale perché inganna gli uomini con una patina dorata che nasconde il volto, mentre un tempo l'uomo poteva illudersi che la bellezza fosse portatrice di positività morale.

Alla luce del decesso di Marilyn, riflette sul fatto che di fronte alla mercificazione della bellezza non rimanga che la morte: Marilyn stessa è stata il simbolo della mercificazione della bellezza.

... e quindi? Ecco qua la storia della mia tesina..

Un giorno quasi per caso, leggendo il quotidiano in classe, mi sono imbattuta in un articolo dal titolo insolito e provocante, che ha attirato la mia attenzione e ho pensato quasi subito che sarebbe stato interessante approfondire ulteriormente l'argomento.

Infatti leggendolo scoprii il personaggio di Warhol come artista rivoluzionario che ha scardinato il mondo artistico "fregandosene" delle critiche, poiché sentiva quello che era il bisogno degli americani. Ho pensato che anche a me piacerebbe aver questo coraggio, coraggio di fare cose che non faccio preoccupata delle reazioni che potrebbero provocare, in una società trappola delle apparenze. Tutto ciò potrebbe essere interpretato come un messaggio per noi giovani, per renderci conto che il mondo sta cambiando, e che dobbiamo adeguarci e adoperarci per farlo crescere al meglio. Ma nonostante questo Warhol fece della pura apparenza la sua arte, omologandosi alla contemporaneità: così anche io riconosco di far ormai parte di questa mentalità e di non poterne fare a meno, né di tanto meno volerlo. E poi, pensando alle interessanti immagini modificate delle pubblicità, chi non accoglie piacevolmente una rivisitazione in chiave comica di un'antica icona che ci è sembrata, almeno una volta, ormai cosa passata seppur sempre degna di rispetto?



Sitografia

- “La letteratura” vol 7 Baldi-Giusso-Razzetti Zaccaria
- Only connect..new direstions vol 2
- <http://www.carloporta.it/cultura/didattica/decadentismo/lett/wilde.htm>
- <http://www.marylinmonroe.it>
- <http://storieperse.net/2012/02/20/pop-culture-andy-warhol/>