

exibart 102

Ludovica Gioscia, Preppy forever, EXIBART 102 (October 2018), print edition [ill.]

Preppy Forever

"DIARIO" DI UNA GIOVANE ARTISTA CHE DAGLI ANNI '80 SI È PORTATA BEN PIÙ DI UN MALLOPPO INCANDESCENTE DI COLORI E DI PRODOTTI "DA COMBINARE" TRA LORO

Cerco la traccia della prima volta che la forte estetica degli anni '80 si è presentata nel mio lavoro ma non la trovo. Non riesco a trovarla perché c'è sempre stata, come se la mia anima, la mia essenza, fosse fondamentalmente inzuppata di questa matrice fluorescente, geometrica, ripetutamente punteggiata da patterns di vario genere. La prima volta che ho consapevolmente lavorato su questa matrice è stato nel 2010 quando ho realizzato l'Archivio Paninaro: nello stesso anno, ripulendo la cantina dei miei, o come dicevano i Paninari "le mie cariatidi", ho trovato una pila dei miei diari risalenti alla fine degli anni '80. Sfogliandoli sono stata colpita dalla ripetizione di alcuni leitmotiv immortalati in scritte coloratissime e rigonfie: il simbolo del dollaro o i loghi di noti marchi come Best Company, Naj-Oleari, Timberland, El Charro, Fiorucci, Americanino invadevano le mie pagine senza alcun nesso con le pubblicità dell'epoca ma come dei mantra da me generati in uno stato di semi-automatismo. Affascinata dall'estetica "Preppy" americana importata dalla moda e dalle serie televisive come Dallas, Dynasty e Capitol Hill, e trasmesse sui canali Fininvest, non potevo avere scampo.



Wild Boys (detail), 2010 foto di Michele Panzeri Courtesy l'artista e Baert Gallery, Los Angeles

E così ho capito quanta importanza hanno avuto quegli anni sulla mia formazione personale e artistica. Una questione riconducibile non tanto al Soft Power della colonizzazione culturale statunitense, avvenuta in Italia attraverso la tv con la messa in onda di programmi provenienti d'oltreoceano, o così visibile anche in programmi di produzione italiana come Drive-In, quanto più nell'estetica del pattern su pattern. Negli anni '80 brand come la Naj-Oleari promuovevano un'estetica massimalista in cui il marchio non offriva solo prodotti, ma uno stile di vita. I confini tra il design, la moda e l'arte erano sfuocati, e nuovi immaginari teorizzati dal gruppo Memphis e dall'avvento del Neo-Geo predominavano. Naj-Oleari stregò così i Paninari con il suo infinito universo di prodotti colorati che come dei gadget personalizzanti invadevano la vita di tutti i giorni: dal cerchietto per i capelli, ai calzini, passando per le lenzuola per arrivare ai cosmetici, alle borse, alle stoffe e ai quaderni. Una galassia tutta da consumare, mai da abbinare ma solo combinare. Infatti l'estetica massimalista in cui patterns diversissimi tra di loro potevano essere infinitamente coniugati rimuoveva il problema dell'abbinamento, un marketing diabolico, che ha lasciato un segno indelebile nel mio lavoro.

I confini tra il design, la moda e l'arte erano sfuocati, e nuovi immaginari teorizzati dal gruppo Memphis e dall'avvento del Neo-Geo predominavano. Naj-Oleari stregò così i Paninari con il suo infinito universo di prodotti colorati che come dei gadget personalizzanti invadevano la vita di tutti i giorni: dal cerchietto per i capelli, ai calzini, passando per le lenzuola per arrivare ai cosmetici, alle borse, alle stoffe e ai quaderni. Una galassia tutta da consumare, mai da abbinare ma solo combinare. Infatti l'estetica massimalista in cui patterns diversissimi tra di loro potevano essere infinitamente coniugati rimuoveva il problema dell'abbinamento, un marketing diabolico, che ha lasciato un segno indelebile nel mio lavoro.

I miei Giant Decollages, serie cominciata nel 2006, ad esempio, sono un rigurgito di patterns che risalgono direttamente alla Naj-Oleari. Si tratta di lavori site-specific, di dimensioni architettoniche, in cui carte da parati

commerciali o serigrafate da me stessa, in studio, vengono assemblate su parete una sull'altra e in un secondo momento strappate per rivelarne gli strati sottostanti. Nel 2010 ho dedicato un Giant Decollage ai Paninari presso VITRINE, a Londra, intitolato Wild Boys, ispirato dall'omonima canzone dei Duran Duran del 1984. Si trattava di un'installazione visibile 24 ore su 24 e con una doppia modalità: come il giorno andava a sparire e avanzava la notte, le luci ultraviolette, al pari di quelle presenti nelle discoteche di quegli anni, rivelavano i loghi di Rete Quattro, Canale Cinque, Italia Uno e Videomusic. Durante il giorno invece erano visibili i patterns composti da immagini di cheeseburger, zainetti della Invicta, piumini della Moncler e motivi importati direttamente dalle stoffe di Naj-Oleari. Inoltre avevo inserito una carta da parati con frasi riportate dal primo romanzo di Bret Easton Ellis pubblicato nel 1985, *Less Than Zero*.



Paninaro, 2010 foto di Michele Panzeri Courtesy l'artista e Baert Gallery, Los Angeles

La storia di giovani persi a Los Angeles in una vita di estremo edonismo e materialismo, in cui le uniche cose che contano sono i seni rifatti al silicone, l'abbronzatura finta, il Rolex e l'ultimo modello di occhiali da sole della Ray Ban. Il tutto sempre risciaquato da un buon Cosmopolitan e una pasticca di Xanax. Questa una delle frasi scelte: The better you look baby the more you see (Più sei bello tesoro più riesci a vedere) oppure paragrafi come Disappear Here. The syringe fills with blood. You're a beautiful boy and that's all that matters. Wonder if he's for sale. (Scompare qui. La siringa si riempie di sangue. Sei un bel ragazzo ed è l'unica cosa che ha importanza. Mi chiedo se lui sia in vendita).

L'Archivio Paninaro è composto da una vetrina e due collages incorniciati. La Pan-Vitrine contiene vari feticci del periodo, come la mia borsetta della Naj-Oleari, alcuni miei diari, un paio di Timberland, svariate copie di riviste molto distribuite ai tempi come l'omonimo Paninaro o Wild Boys, l'album della Fiorucci prodotto dalla Panini nel 1984, orologi della Swatch e altri oggetti.

I collages incorniciati, Pan-Summer e Pan-Winter, contenenti paraphernalia bidimensionali ritraggono invece i Paninari in quelle che possiamo definire "scene balneari" o "di montagna" con gli immancabili gadget stagionali.

Il cerchio si chiude nel 2013 quando l'Archivio Paninaro è entrato a far parte della collezione della M&C Saatchi di Londra, società pubblicitaria che nello stesso anno mi ha commissionato un lavoro per la House of Peroni dal titolo Liquid Sky Fits Heaven. Si trattava di una grossa operazione di rebranding, in cui i pubblicitari volevano rilanciare la birra promuovendone la qualità attraverso l'enfatizzazione della sua "italianità". Identità che invece la Peroni, appena acquisita da Miller Brands U.K. (parte dell'impero SABMiller), era in procinto di perdere. I Paninari, in questo contesto, erano diventati simbolo di italianità e prodotto con cui vendere un altro prodotto.

Nel 2010 l'archivio è stato creato con uno spirito da antropologa sociale; come un ritratto degli oggetti che mi hanno definita. Siamo nel 2018 e il mio modus operandi si è evoluto in una dimensione che privilegia lo studio e

il processo di produzione, ma nonostante ciò gli anni '80 continuano a ripresentarsi in maniera evidente in quello che realizzo. E così, in questi giorni, sto finendo di installare Nuclear Reaction Cosmic Interaction, personale immersiva e site-specific alla galleria Ex Elettrofonica di Roma dove sto attivando un immaginario molto personale, in cui le memorie degli esperimenti di fisica alternativa di mia madre - che conduceva negli anni '80 nel suo laboratorio in cantina - si vanno a sovrapporre agli esperimenti che conduco giornalmente in studio. Il progetto troverà il suo compimento attraverso vari lavori in tessuto, tra cui alcuni Mad Lab Coats, una serie di camici da laboratorio re-interpretati in chiave folle, nella collettiva "La Vita Materiale" curata da Marina Dacci che inaugurerà a Palazzo da Mosto a Reggio Emilia, nel mese di novembre. Questi tessuti sono assemblaggi di vari strati di stoffe, alcune trasparenti, tra le quali inserisco nastri magnetici che provengono da vecchie cassette risalenti al 1985 recuperate tra i ricordi di casa: sono registrazioni di sedute spiritiche durante le quali mia madre chiedeva pareri sui suoi progetti di ricerca al padre, noto fisico scomparso nel 1974.



Liquid Sky Fits Heaven (detail), 2013 foto di Michele Panzeri Courtesy l'artista e Baert Gallery, Los Angeles

NEGLI ANNI '80 BRAND COME LA NAI-OLEARI PROMUOVEVANO UN'ESTETICA MASSIMALISTA IN CUI IL MARCHIO NON OFFRIVA SOLO PRODOTTI, MA UNO STILE DI VITA

NEL 2010 HO DEDICATO UN GIANT DECOLLAGGE AI PANINARI. ERA UN'INSTALLAZIONE VISIBILE 24 ORE SU 24 E CON UNA DOPPIA MODALITÀ: LA NOTTE LE LUCI ULTRAVIOLETTE RIVELAVANO I LOGHI DI RETE QUATTRO, CANALE CINQUE, ITALIA UNO E VIDEOMUSIC. DURANTE IL GIORNO INVECE ERANO VISIBILI I PATTERNS COMPOSTI DA IMMAGINI DI CHEESEBURGER, ZAINETTI DELLA INVICTA, PIUMINI DELLA MONCLER...