

# POP ART





# POP ART



In un'epoca di delicati equilibri a **Larry Rivers** tocca il destino dell'acrobata sospeso tra due mondi : l'espressionismo astratto da cui proveniva e l'arte pop, di cui è un precursore.

Come Stanley Kubrik ("Il Dottor Stranamore" 1964) Rivers sorride dei generali, dei grandi uomini, dei miti della storia e come un acrobata si esibisce sul filo con citazioni, riporti, ripetizioni di immagini comuni; insomma con il linguaggio dell'arte pop.



# POP ART

L'espressionismo astratto entra nei musei , la pop-art esce sulla strada.

Stretta tra le spire del consumismo imperante la nuova generazione di artisti pensa che il proprio compito non sia più quello di perfezionare forme astratte ma di colmare il vuoto tra arte e vita.

L'artista somiglia sempre di più all'uomo qualunque, preleva oggetti comuni, reperti di vita quotidiana e li manipola, li cambia o li inserisce sulla tela. E' un procedimento già usato da cubisti e dadaisti per questo definito neo-dada.



# POP ART



Accostando oggetti dozzinali **Robert Rauschenberg** mette in crisi i limite tradizionali della tela e invade lo spazio reale e con la violenta pennellata espressionista afferra. Esalta e trattiene frammenti logorati del mondo.





# POP ART



Operazione più sofisticata quella di **Jasper Johns**.

Quando nel 1954 Johns esegue la bandiera americana egli gioca tra la finzione del quadro e la realtà dell'oggetto rappresentato e pone una domanda di ordine mentale che anticipa di molti anni l'arte concettuale :

si tratta di un quadro o di una bandiera?

Di un saggio di pittura o di un'immagine convenzionale?



# POP ART

Diversamente dal neo-dada che preleva oggetti comuni, la pop-art sceglie un'immagine popolare e la rifigura, la ricostruisce in fedeltà solo apparente al modello prescelto facendo intervenire una serie di scarti, di minime differenze, a cominciare da un evidente spostamento di scala.

La pop art moltiplica l'immagine sul quadro come la pubblicità la moltiplica nel panorama urbano o sugli schermi televisivi.





# POP ART



Negli Stati Uniti i grandi cartelloni pubblicitari sono spesso dipinti a mano con la stessa tecnica fotografica illusionistica che **Wesselmann** e **Rosenquist** usano per le loro grandi tele.

Il soggetto selezionato varia da un artista all'altro, il processo è analogo.



# POP ART



**Roy Lichtenstein** elabora un fumetto o un'immagine tipografica compresi il retino e lo splendore netto delle stesure cromatiche, ingrandendo e monumentalizzando episodi degli eroi di cartone.

Estraniandoli e decontestualizzandoli li esalta e li deride contemporaneamente.



# POP ART



**Claes Oldenburg** ingigantisce un oggetto comune fino a farlo diventare un monumento.

*"Ciò che voglio è creare cose misteriose, come la natura."*

Questa natura urbana non è parodia, critica sociologica, ma il tentativo di riconciliare l'uomo con gli oggetti.

# POP ART



*"Ciò che oggi si chiama oggetto d'arte è la componente degradata, svilita di un oggetto magico; il ritorno al vero distruggerà la nozione di arte e restituirà all'oggetto il suo potere, allora la magia dell'universo sarà restaurata e lo scisma tra animato e inanimato sarà risanato."*

Woody Allen ha tratto un spot pubblicitario da quest'idea pochi anni fa (Coop, 1995) : torte, frittate, lembi di carne diventano sculture. Gli oggetti che si afflosciano e si deformano hanno una vulnerabilità umana.

*"Voglio un'arte politico-erotico-mistica che faccia qualcos'altro che sedersi sul culo in un museo. Voglio un'arte dolce e stupida, come la vita."*





# POP ART

Con calchi in gesso ricavati direttamente da modelli umani George Segal blocca in forma spettrale l'esistenza anonima dell'uomo di città assieme ai suoi gesti automatici e impersonali.

Non importa tanto il realismo del soggetto quanto la tecnica di produzione, il calco preso direttamente dall'oggetto, questo vale sia per il corpo umano sia per la macchina che produce e moltiplica immagini.

L'artista non si sottrae al linguaggio di massa, lo usa e lo reinterpreta. *"Il mezzo è il messaggio"* direbbe McLuhan.





# POP ART

Usando gli stessi cliché spersonalizzati dei media Andy Warhol rende significativa la ripetitività meccanica.

*"Il motivo per cui dipingo in questo modo è perché voglio essere una macchina. Uno qualsiasi dei miei assistenti può riprodurre altrettanto bene un disegno. Penso che tutti dovrebbero essere come tutti gli altri. Penso che tutti dovrebbero essere macchine"*





# POP ART



Nella ripetizione inarrestabile delle repliche, una scatola di conserva e una rock-star un oggetto funzionale e una diva hanno lo stesso valore. L'immagine si è consumata, ha raggiunto il suo destino di morte. Warhol è l'antieroe il contrario dell'artista che sfida i valori dominanti della società.

*"Adoro Los Angeles, adoro Hollywood, sono stupende; tutti sono di plastica. Ma io adoro la plastica, voglio essere di plastica."*

