

MARCELLA MILANI

Urbex Pavia

produzione photoSHOWall



Università di Pavia
Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali
Atrio San Felice
via San Felice al Monastero 5, Pavia
6 maggio - 28 giugno 2019

Orari di apertura al pubblico:
da lunedì a venerdì: 8.30-18.30

Inaugurazione mostra e spazio *Atrio San Felice*: lunedì 6 maggio 2019 ore 13:30

Interverranno:

Antonio Majocchi, Preside del dipartimento di scienze economiche e aziendali
Maurizio Maccarini, docente di economia e gestione dell'arte
Carlo Gariboldi, giornalista responsabile La Piazza, La Provincia Pavese
Davide Tremolada Intraversato, ideatore Pavia Foto Festival
Marcella Milani, fotografa

A seguire, rinfresco offerto da
Azienda Agricola Monsupello, Torricella Verzate (PV)

L'omaggio di Marcella Milani alla città di Pavia ne racconta molteplici aspetti: la bellezza nascosta e dimenticata, la potenzialità del futuro, il passato industriale ravvisabile nel patrimonio architettonico. Un viaggio che si snoda tra 16 aree dismesse e che racconta degrado e natura, abbandono e rinascita.

“Urbex Pavia è il progetto fotografico-editoriale che racconta il patrimonio architettonico del passato industriale, commerciale e sociale di Pavia.

Le immagini - rigorosamente in bianco e nero - narrano la bellezza nascosta e spesso dimenticata di questi luoghi, per riscoprirne la storia e individuarne potenzialità future” (Marcella Milani)

Materia e immagine nella società contemporanea. Contributo a Pavia Foto Festival

di Maurizio Ettore Maccarini

(Docente di Economia e Gestione dell'Arte presso l'Università di Pavia)

Ideato da Davide Tremolada, sotto la direzione artistica di Roberto Mutti, la prima edizione di Pavia Foto Festival fa largo uso delle strutture photoSHOWall per esporre le immagini fotografiche. Ciò mi ha indotto ad una breve riflessione sul tema della materialità dell'immagine nell'epoca contemporanea.

Tutta l'arte contemporanea si caratterizza per il tentativo di ripensare il tradizionale rapporto tra l'intuizione dell'artista e l'opera d'arte nella quale essa si declina assumendo un aspetto oggettivo, concreto materiale. Dal tentativo di superare il carattere bidimensionale del dipinto (Fontana, Bonalumi) al ready-made (Duchamp) che esalta la libertà dell'artista di interpretare qualsiasi oggetto come opera d'arte, anche senza averlo manipolato. Dalla riproducibilità in serie dell'immagine artistica (Wahrol) alle modalità che limitano nel tempo e nello spazio la fruizione: performance (Abramović) e installazioni temporanee passando per la land art, che la natura stessa si incarica di modificare e distruggere, fino al recente lavoro che si autodistrugge per volontà dell'artista dopo l'aggiudicazione in asta (Bansky). Un percorso di dematerializzazione dell'arte che procede in varie direzioni, con passi avanti sempre più spericolati e movimenti artistici che teorizzano un'esplicita necessità di ritornare alla pittura e all'oggetto d'arte, magari con nuovi materiali, comunque tenendo conto che il rapporto tra idea creativa e oggetto d'arte è cambiato per sempre.

La fotografia, arte contemporanea per definizione, è responsabile di buona parte di questi cambiamenti. È proprio l'avvento della fotografia che ha messo in crisi le altre espressioni di arte contemporanea, costringendole a percorrere strade diverse dalla rappresentazione del reale che essa poteva realizzare con maggiore facilità. Ma anche la fotografia ha presto compreso che il suo ruolo nell'arte andava ben al di là della semplice rappresentazione del reale. E l'avvento del digitale ha provveduto naturalmente alla definitiva separazione tra l'immagine e l'oggetto - o il supporto - in cui essa tradizionalmente si declinava, ponendo problemi logici, non definitivamente superati, nel riconoscere un lavoro originale dalle copie del medesimo.

Mentre si sviluppava l'arte contemporanea e si affermava la fotografia il processo di dematerializzazione ha interessato anche l'industria. La produzione si è trasformata da prevalente produzione di beni a prevalente produzione di servizi, i beni sono sempre più apprezzati dal mercato per la componente di servizi incorporata nell'offerta piuttosto che per le loro semplici caratteristiche fisiche. Il marketing ha soppiantato la produzione come funzione chiave per il successo delle imprese. La comunicazione è divenuta un aspetto sempre più rilevante nell'ambito del marketing ed in un sistema economico sempre più veloce e sempre più globale, le immagini sono divenute lo strumento di comunicazione più efficace.

Ritornano alla mente i tentativi preveggenti del futurismo e di altre avanguardie di entrare in rapporto con l'industria, di lavorare in partnership con le imprese sulle forme dei prodotti e dei contenitori e sulle immagini pubblicitarie delle aziende. Oggi l'industria vive d'immagine e la fotografia -la disciplina artistica che lavora con le immagini - contribuisce come null'altro allo sviluppo e all'aggiornamento della comunicazione delle imprese. Ma tutta questa dematerializzazione nella nostra società, che è divenuta società dell'immagine a molti livelli di significato, esprime anche la necessità di un argine al fenomeno che sappia spostare l'immagine dal mondo dell'effimero al mondo del concreto, alla realtà delle cose. È lo stesso percorso che induce il collezionista di arte contemporanea a desiderare di possedere una testimonianza materiale delle opere d'arte che hanno cessato di esistere, performance o allestimenti temporanei, e che spinge l'industria a possedere una documentazione anche materiale dell'evoluzione della propria immagine, di quella dei propri prodotti e degli eventi di promozione svolti, per poterli conservare e mostrare. Mostrare le immagini, cioè allestire una mostra.

Il supporto e l'ambientazione dell'immagine, di una rassegna di immagini, di una mostra di immagini, può diventare a sua volta un oggetto d'arte, un oggetto di collezione, che può essere collocato in un contesto naturale, antropico o artificiale. E il contesto, con la sua immagine, il suo supporto e la sua ambientazione, se riconosciuti dall'artista (ready-made?, installazione?) possono diventare a loro volta opere d'arte, magari essere fotografate, divenire immagine a loro volta e rincorrersi in gioco di rimandi, di rinvii, di slittamenti semantici che continuano a interrogare su cosa sia un'idea artistica, cosa sia un'opera d'arte, cosa sia un'ambientazione. In ultima analisi che potenzialità espressive offra all'artista e all'industria la nostra società dell'immagine e dell'accurato allestimento delle immagini stesse.