

Ready Made Color: Colore Amico

Lisa Parmigiani

L'evento Ready Made Color connota lo spazio espositivo come scena promozionale. Tutti i personaggi presenti e presentati popolano un set pubblicitario dove, bene in vista, il brand troneggia quale Deus Ex Machina cui versare l'arte in libagione.

In questo spazio calcolato avviene il rovesciamento dell'idea originale di ready made, nata nel 1913 dall'operazione duchampiana di critica al sublime artistico che fece tremare l'Olimpo dell'arte con l'apoteosi ironica dell'oggetto d'uso quotidiano.

Nell'evento presente è la creatività stessa, la questione dell'arte, ad essere assorbita nel quotidiano prosaico. Tuttavia, ciò che caratterizza l'intervento di ogni artista coinvolto, è la piena libertà, l'assenza di regole, parametri, temi o indicazioni a cui vincolare la forma, se non l'utilizzo della gamma dei colori "Sikkens".

Si attua, così, una sorta di monarchia costituzionale, dove l'economia mantiene il suo rango alienandosi, comunque, una libertà democratica a cui essa stessa si sottopone attraverso il libero esito estetico del lavoro artistico. L'arte estende la sua riappropriazione a tutto l'apparato promozionale, sospendendo il potere significante del marchio e riconnotandone i prodotti nella logica autentica del ready made.

La complessità di tali rovesciamenti è, con tutta probabilità, l'essenza stessa dell'arte contemporanea.

La questione della funzionalità ha, storicamente, proiettato una linea verticale da un idealismo misticheggiante del colore - e della forma - ad una sua esistenza in atto come qualità essenziale ed espressiva nell'oggetto d'uso, accidentalmente funzionale.

Condensata all'interno di una più vasta ideologia di diffusione popolare dell'arte, con l'annessa speculazione sulle possibilità di riproduzione seriale,

era questo l'obiettivo originario della scuola del Bauhaus. Ma l'essenza duale della materia, che si trova ad essere sé stessa, sensibile e percepita, ed anche radiazione geometrica, ha prodotto oscillazioni nell'interpretazione del colore, usato in modo espressivo ancora nell'Action Painting americano, ma nella sua qualità matematica e impersonale nelle opere del tedesco Gerard Richter, i cui lavori sono identici a cataloghi cromatici commerciali.

È significativo, inoltre, che proprio un espressionista astratto come Pollock sperimentasse, per primo, l'uso del colore industriale sgocciolato dalle sue latte sulla tela orizzontale.

Pollock scelse il colore industriale per le sue qualità intrinseche, sfiorando accidentalmente un interesse delle ricerche costruttiviste delle avanguardie storiche.

Attraversando queste mutazioni sostanziali del colore e delle sue interpretazioni, gli artisti e designers presenti in mostra contaminano la propria ricerca con le condizioni poste dal prodotto, ne

sperimentano le potenzialità per far interagire i suoi parametri funzionali con i confini aperti dell'immaginazione, ne depositano le qualità visive e tattili nelle pieghe della creatività.

Mauro Biffaro usa la gamma Alpha Tacto, una vernice dalla superficie vellutata, piacevole al tatto, con tinte iut, nefud, gran canyon, thar, brown Sarah Bowyer, Alpha Metallic, vernice effetto metallizzato, particolarmente brillante alla luce, per pareti lisce o strutturate. Le tinte: acciaio, inox, silver, bronzo, platino.

Io.design, Chalix Decor, vernice a grassello dipinta o spatolata, può ottenere un effetto a pennellate "materiche" o essere particolarmente liscia; le tinte, molto simili tra loro, sono un bianco "sporco" e tre varianti di verde acqua. Dalla cartella: pn0282, lo1080, po1575, lo1565, jo2080.

Annalisa Gallo, Alpha design, decoro effetto metallizzato, superficie ruvida. Tinte AD44 NERO, AD49 VIOLA, AD46 AZZURRO, AD53 BIANCO, AD42 GRIGETTO CALDO.

Mario Romani, Wapex decor, una finitura trasparente per pavimenti.

