

# Comunicato Stampa

**10.2! Dieci.due!** international research contemporary art  
Via Volvinio 30 (passo carraio) - 20141 Milano  
(MM Abbiategrasso - Tram 15)  
tel/fax 02 58306053 - art director Maria Rosa Pividori 349 2814715 pm

dieci.due@libero.it - www.dieci puntodue.it

**Mostra personale di**

**GIANLUIGI ANTONELLI**

**“Allons enfants de la Patrie”**

**testi di Eleonora FIORANI e Roberta RIDOLFI**

**inaugurazione: mercoledì 3 febbraio 2010 h.1830-21**  
*aperto da martedì a venerdì e su appuntamento*  
**fino al 26 marzo 2009**

## **La perversione delle immagini**

*Allons enfants de la patrie* è il titolo dell'opera di Gianluigi Antonelli che si articola per disegni di simboli che non si dispongono secondo una logica ma si accampano in orizzontale, sono lacerti spezzati, memorie rapprese nel loro silenzio di un mondo perduto, quello apotropaico e quello novecento del moderno, anche per chi in esso è nato e si è formato.

Viviamo infatti in un'epoca dominata dal management dell'immaginario esercitato dagli onnipresenti sistemi mediali. E' ciò che produce la crescente "estetizzazione di massa". E ciò che più conta, innesca la sua "potenza di rappresentazione e i suoi effetti di senso". E' la capacità delle produzioni mediali di produrre effetti di realtà tramite una pratica creativa finzionale che ci sorprende e ci spia in quanto il finzionale si eleva a eventi reali che accadono e fanno accadere, alimentando la confusione delle immagini tra reale, immaginario e simbolico. In un'epoca dominata da una progressiva estetizzazione, tutto si gioca sul piano dell'"immagine", dall'immagine del prodotto a quella del personaggio, delle relazioni e dello stile vita. E l'arte stessa ne viene inglobata e travolta.

Così avviene che nei mediascapes, i simboli si trasformano in icone opache, "artefatti maneggevoli" che cambiano continuamente natura (dal cinema, al fumetto, all'animazione, al videogame), annullando la possibilità di sottrarsi al continuo rimando tra reale e finzione, arte e merce, prodotto e narrazione. Perciò si può affermare che le icone mediali costituiscano un intero sistema narrativo immaginifico andando oltre la commercializzazione, infrangendo la soglia di percezione tra realtà e finzione e instaurando un mondo in cui la natura stessa del visibile viene messa in dubbio, all'interno di un dominio di immagini che edificano il reale. Sta in ciò il ritorno al Barocco, un barocco a sua volta immaginato, come estetica dell'immaginario contemporaneo. E sta in ciò l'unica strategia che ci è data di azione, che è giocare con i media e con la merce per giocarli.

E dunque può essere questo il senso di quel Liberté, égalité, fraternité, che vediamo e leggiamo all'inizio della narrazione a frammenti e pezzi di simboli e icone, preesistenti, prelevati dalla propria storia e memoria e dai più diversi contesti e tempi, messi in campo e disegnati da Antonelli per raccontare storie e usarli come strumenti cognitivi e di meditazione su come sia possibile creare strutture testuali che facciano traslare esperienze, sensibilità da un luogo all'altro, utilizzando e mescolando in modo post-pop il linguaggio massmediale, e icone religiose e marchi.

E' così che l'evento cruciale delle storiografia moderna e il senso comune della modernità della rivoluzione dei diritti del 1789, una delle grande utopie, "narrazioni" le chiama Lyotard, ma sono molto di più, in quanto etica della volontà dell'immaginario del moderno, che prolifera in infinite, successive narrazioni dalla Comune al 68, si anima nell'icona della guerrigliera con arma e occhiali neri dai rossi contorni.

Ma è il disegno, una sorta di foto di gruppo di topi in posa nella loro divise scolastiche nere e toccati dalla linea rossa solo nella figura centrale, suoi e nostri alter ego, che mette in moto i fantasmi intimi e pubblici insieme del modo d'essere dell'Occidente.

Perché come diceva nel Settecento Bernardin de Saint-Pierre. **<<Non vedremmo la luce del sole se non si posasse sui corpi o almeno sulle nuvole. Fuori dalla nostra atmosfera ci sfugge, alla fonte ci acceca. Lo stesso accade per la verità: non potremmo coglierla se non si fissasse su eventi sensibili o almeno su metafore o paragoni atti a rifletterla>>**. E per questo che Jean Starobinski a due secoli di distanza racconta il 1789 mettendo a confronto l'evento e i molteplici fenomeni artistici che con esso coincidono portandone allo scoperto, il fondo oscuro che si manifesta sotto lo smalto del piacere e delle sue feste e che accompagna il suo mito solare.

E' solo negli artisti che l'ombra non si lascia espellere del tutto. E' il viraggio al nero che accomuna le icone messe in campo da Antonelli: i topi, i suoi teschi, le maschere di teste di toro, l'uroboro, i cani, le scimmie, i conigli, gli elefanti, i pesci, con il teschio del mondo spettrale della merce, con le ibridazioni di uomini e animali, con i pagliacci, con lo stemma dell'aquila, e sono le scritte, i titoli e le pubblicità di Chanel n.5, del Rolex, eccetera, che si accampano accanto alle icone, che innescano un sorta di surreale straniamento, ribaltandone il senso e la familiarità e facendocene vedere da punti di vista inaspettati. Per cui ci appaiono come icone capaci di esprimere i nostri fantasmi più interni cosicché possiamo affrontarli e giocarli invece di venirne trasformati in cieche marionette, parlate e sognate dall'altro. E' in questo porre la distanza che oggi vediamo l'ultimo resto della visione dell'arte come quella che lascia intravedere il potenziale utopico represso dell'esistente.

Esso ci appare nell'emersione oggettuale, nel deserto del reale, della ghiliottina che, rapresa nel suo algido biancore, perde la sua consistenza cosale e la pesantezza. E nel drappo-bandiera anch'esso bianco che come una vela sta in attesa di un canto che forse non giungerà mai, ma per il quale siamo ancora forse pronti a morire.

Eleonora Fiorani