

L'arte on-demand

Tra pragmatismo e costume Alessandro Minoggi racconta la sua poetica creativa

Intervista di Alexia Rizzi

Un'arte disincantata, lontana dall'idea romantica di ispirazione, che giunge dai piú imperscrutabili sentimenti, e da quella decadente di isolamento, l'arte secondo Alessandro Minoggi ha lo scopo intrinseco di comunicarsi al mondo e per questo di parlare un linguaggio comunemente condiviso. In altre parole l'arte in sé e per sé non esiste piú - o meglio - secondo il giovane artista non è mai esistita. Ma come si può stravolgere l'ontologia classica del concetto di arte e vivere felici?

Basta concentrarsi sul fine e non sul modo. Forse l'artista post-postmoderno piú che all'ispirazione guarda all'utilità e alla comunicazione? Allora, che sia esso in carne e ossa o semplicemente il bisogno di essere compresi, è necessario un committente?



Non importa quale sia la tecnica, quella la si sceglie al momento, e anche i materiali, tutti sono ugualmente nobili, ben vengano la sperimentazione, la mediazione, il dialogo, lo scambio di idee ed esperienze.

Questo è l'approccio di **Alessandro Minoggi** ai suoi committenti che non sono papi o principi, come i mecenati dell'arte dei secoli che furono, ma amministratori delegati, direttori e professionisti a capo di aziende produttive o di servizi.

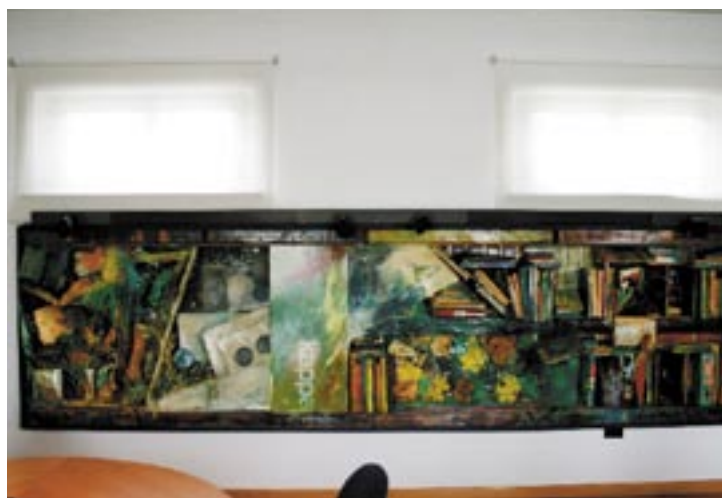
Questo personale concetto di arte "on-demand" è nato spontaneamente, in perfetta coerenza con l'idea pragmatica di creatività del giovane artista milanese.

"Non credo nell'artista chiuso nel suo atelier in preda ai deliri dell'ispirazione creativa. Credo piuttosto nell'artista che vive nel mondo partecipe della realtà che lo circonda e del proprio tempo, con i quali deve relazionarsi e comunicare ogni giorno. Il linguaggio e il senso dell'opera d'arte non devono essere difficili da interpretare ma devono prendere forma con la piena consapevolezza da parte dell'artista che hanno lo scopo di mandare un messaggio chiaro. L'artista deve essere in grado di contestualizzare il proprio lavoro e deve sapersi vendere".

— spiega Minoggi, che affianca alla sua attività di artista il lavoro di art-director nell'agenzia **Comunicatore**.



Alcune opere realizzate da Alessandro Minoggi per gli spazi dell'azienda Kappa Graphic Board di San Donato Milanese



Le aziende e l'arte

L'arte on demand consiste nel fornire ad aziende che ne fanno richiesta una o, piú spesso, una serie di opere d'arte da collocare negli spazi dell'azienda stessa. Normalmente il committente è l'amministratore o il direttore dell'azienda che, sensibile all'arte, decide di abbellire gli ambienti per migliorarne a vivibilità e l'estetica. *“Si comincia con un colloquio con il committente e con un sopralluogo, l'indagine non riguarda mai solo gli spazi ma anche la conoscenza delle persone che lavorano in azienda. Poi, dopo un primo scambio culturale e di idee, presento un progetto che il piú delle volte viene approvato”.* — spiega Minoggi.

In alcuni casi l'artista ha avuto la possibilità di lavorare direttamente in azienda favorendo l'interazione con quelli che sono i fruitori delle opere: ciò ha consentito una maggiore personalizzazione dei soggetti rappresentati.

Opere e materiali

“Normalmente vengo accolto con entusiasmo e fiducia: ciò mi permette libertà di espressione senza limiti, se non qualche volta di spazio, in quanto è nel mio stile produrre dipinti e installazioni di grandissimo formato che, posti in ambienti come gli uffici, sono di forte impatto e molto lontani dal concetto di quadretto appeso al muro”.

Un'altra peculiarità di questo rapporto diretto tra committente e artista è la scelta dei materiali che, nel caso delle industrie, prevede l'impiego dei prodotti dell'azienda stessa. *“Per il lavoro realizzato per Kappa Graphic Board (ora Eska Graphic Board Italy B.V.) ho utilizzato ritagli di cartoncino e pallets mentre per l'azienda belga Demcopack Davis NV colle viniliche, in entrambi i casi questa scelta è*

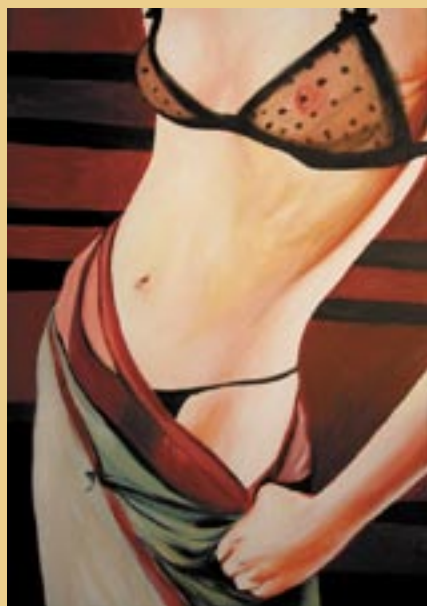
stata di successo perché ho impiegato un linguaggio molto familiare al committente: il proprio prodotto”

Oltre all'attività di arte on-demand Alessandro Minoggi ha una produzione parallela di arte visiva fatta di linguaggi, soggetti e tecniche che attingono dal mondo del fumetto, della pubblicità, del teatro, della moda e della fotografia senza differenziazione di generi, che interpreta

ponendosi nei loro confronti come uno scienziato che sperimenta e “viviseziona” alla ricerca del bello *“fuori da un'estetica «colta»”.*

E da buon “figlio degli anni '80” considera la globalizzazione un fenomeno non in antitesi con la cultura e da non prendere troppo sul serio e sogna di aprire uno Starbucks a Milano: magari per trasformarlo in una galleria d'arte? 📍

Glamourable²



Dopo *Glamourable*, che si è svolta all'inizio del 2006, Alessandro Minoggi propone quest'anno una seconda personale sempre all'Abnormal gallery, la galleria-bar di via Bonghi a Milano. *Glamourable²*, aperta fino al 3 dicembre, presenta undici opere eseguite tra il 2005 e il 2006 e si propone come campione ideale della bellezza artificiosa (o artificiale) proposta dalle riviste glamour, prendendole come esempio di un'estetica che, secondo l'artista *“crea una discendenza diretta con la storia dell'arte e le sue chiavi piú ovvie e bellissime”.* I dipinti riproducono immagini selezionate all'interno di un

centinaio di riviste collezionate negli ultimi tre anni dall'artista, con un criterio personale ma metodico: l'idea è di creare un microcosmo di immagini che, per scelta e accostamento, riproducano un campione significativo di ciò che, secondo Minoggi rappresenta al meglio la bellezza oggi, individuata nell'unico terreno coerente a quest'idea: il costume.

Glamourable², Abnormal gallery, via R. Bonghi ang. Via Brioschi, 20141, Milano
www.abnormalgallery.it,
www.alessandrominoggi.com

