



COMUNE DI PONTEDERA



FONDAZIONE PIAGGIO



PROVINCIA DI PISA



CENTRUM SETE SÓIS SETE LUAS

con il patrocinio di



REGIONE
TOSCANA

in collaborazione con



Liceo Classico Scientifico XXV Aprile

street art con **OZMO** Appunti visivi di ragazzi oltre il muro

22 maggio - 12 giugno 2015

Museo Piaggio

Comitato promotore

Comune di Pontedera
Fondazione Piaggio
Provincia di Pisa
Associazione Culturale Sete Sóis Sete Luas

con il patrocinio della Regione Toscana

Progetto coordinato da OZMO

Sotto la supervisione del Presidente della Fondazione Piaggio Riccardo Costagliola

Responsabili organizzativi

Sabrina Caredda - Fondazione Piaggio
Marco Abbondanza - Centrum Sete Sóis Sete Luas

Coordinamento generale

Ufficio Attività Culturali - Comune di Pontedera
Annalisa Rossi - Fondazione Piaggio
Simona Nava

Rapporti con i media e relazioni esterne

Ufficio Attività Culturali - Comune di Pontedera
Annalisa Rossi - Fondazione Piaggio
Simona Nava

Coordinamento mostra personale di Ozmo

Simona Nava

Coordinamento laboratorio didattico

Anna Ferretti
Roberta Giglioli

Foto e coordinamento dei laboratori

Marco Bruni

Foto opere di Ozmo

Roberto Mascheroni, Sara Moiola, Paolo Sala, Petra Valenti

Grafica e impaginazione

Nancy Barsacchi

Allestimento

Ufficio Manutenzioni - Comune di Pontedera
Sergio Galli, Nicolino Di Carlo - Fondazione Piaggio

street-art con **OZMO** appunti visivi di ragazzi oltre il muro

Bandecchi & Vivaldi
EDITORI

OZMOSI. Permeabilità dello spazio e stikermania nell'opera di Ozmo

La qualità più evidente delle opere di Ozmo è la loro strenua e generosa intenzione di negoziare sempre, in volontaria posizione di subalterità, il proprio ruolo e il proprio stesso diritto ad esistere nel contesto in cui compaiono, in una prospettiva prima culturale che estetica o sociopoliticamente autoassolutoria. In questo senso resta sempre chiaro, anche negli esperimenti su *media* atipici e in ambienti *indoor* più o meno ufficiali (ne parlerò più avanti), che si tratta di opere radicate nell'etica più autentica ed elementare della *street art*. Non scrivere sui muri dunque, ma dar loro la parola; non occupare uno spazio ma liberarne il potenziale tenendo presente la comunità che lo condividerà e la storia che lo ha aperto, più o meno volentieri, all'intervento di un artista. Il segno di Ozmo può farsi raffinato sino alla maniera, assottigliarsi nell'imitazione postrema del tratto d'acquaforte o ingrassarsi in pennellate bianco/nero che alludono tanto all'analiticità dei monocromi di Picasso quanto al popolare patetismo dell'olio post-romantico europeo: in ogni caso decide — al polo opposto del *writing* e di quanto in generale si definisce 'vandalismo' — di

abitare il supporto come un ospite, di integrarsi per davvero e profondamente nella grammatica visuale e nella vicenda storico-artistica del luogo che si propone di arricchire. In questo modo, ovviamente, per chi osserva è difficile capire del tutto simili oggetti se non è parte a sua volta del contesto materiale o spirituale con cui dialogano. Soprattutto è difficile guardarli in foto, giacché funzionano come una piazza, un monumento, un giardino: le immagini di cui si compongono sono inestricabili dal paesaggio umano e materiale che rispecchiano e, se non si attraversa personalmente quel paesaggio (quella *street* appunto, nella maggior parte dei casi) almeno mentalmente, parte del loro valore resta inaccessibile.

Un esempio molto chiaro è *Probably, the biggest S. Rosalia in the world*, un *wallpainting* alto quindici metri realizzato nel 2008 nella provincia di Palermo e riprodotto qui in fotografia. Un passante milanese o romano, che magari ha in salotto il catalogo di *Street Art Sweet Art* o che ha visitato *Scala Mercalli*, potrebbe facilmente riconoscere una declinazione dell'emblema di Ozmo nel teschio che pronuncia a mascelle

serrate la *tag* in un *balloon*, e ricordare che parte della produzione dell'artista reinventa e giustappone icone religiose e persino immagini del Cristo (*unheimlich* e al contempo rassicurante, ad esempio, la parete tappezzata di *About JC project*, a mezza via tra l'ossessività visuale del cattolicesimo nostrano e la piacevole abitudine infantile di collezionare figurine di giovani eroi sportivi a mezzobusto). Potrebbe mentalmente trasferire la santa benedicente nel quartiere Ostiense della capitale magari, vicino al ponte di ferro, dove invece Ozmo ha realizzato un volto di Gramsci che sembra l'ingrandimento di un'impossibile xilografia cinquecentesca, e così apprezzare in assoluto la riconoscibilità dei soggetti e delle tecniche, la specificità di uno stile che ormai può balzare agli occhi di chi lo conosce in tante città d'Italia e del mondo. Ebbene, quel passante continentale mancherebbe così di notare ciò che qualsiasi palermitano realizza invece all'istante: Rosalia abita proprio in quelle vie, nonne e ragazze dei dintorni prendono il suo nome in prestito da secoli, è la santa che si festeggia d'estate con processioni e fuochi d'artificio, è il più familiare dei visi celesti che si possano affacciare dal paradiso sulla Sicilia occidentale. Il teschio sul libro non è che, da sempre, l'elemento più caratteristico della sua iconografia: l'artista non ha fatto altro che ridurre al minimo i passaggi logici della figurazione, ritraendo sé stesso come clandestino in un con-

cettismo puramente devozionale. Al contempo, ha tradotto visivamente la vergine medievale nel più tipico degli stili pittorici offerti da una lunga esperienza di corpo a corpo con superfici dal soverchiante formato, facendola sua senza appropriarsene e firmandola nel visibile parlare di un fumetto: è proprio questa complessa e semplicissima soluzione che gli ha permesso, nel contesto lunare di Campofelice di Rocella (un contesto non particolarmente aperto di per sé, si capisce, a sperimentare la *street art* sulla ruvida pelle quasi pre-urbana), di ricevere un enorme muro cieco, più che mai visibile, come supporto, un muro che il siciliano medio tenderebbe a preferire muto piuttosto che infestato di segni irriconoscibili o da gratuiti giovanilismi estetici. Tutto ciò senza shock, senza invasioni visive, senza forzare la minima nota stonata negli occhi di nessuno, nemmeno della più devota vecchietta timorata del centro storico che anzi zoppicherà più allegra verso la messa sotto gli occhi benevoli della sua patrona. Ecco cosa si può intendere per etica della *street art*.

Non che simili attente chirurgie d'innesto semiotico possano sempre acclimarsi pacificamente nei loro difficili habitat, anzi. Il recentissimo caso di *Lady Liberty and David sharing the same pedestal* è emblematico, e rivela le inaspettate difficoltà che il lavoro di Ozmo può incontrare. Il piedistallo che separa i piedi titanici del marmo michelangiolesco con le sottane della

statua della libertà è il protagonista di un muro ambiziosissimo per scala e tecnica pittorica, realizzato con decine e decine di colori diversi nel Wynwood Art District di Miami. A differenza della Rosalia gigantesca, la composizione italoamericana sembrerebbe anche troppo facilmente collocata: voluta da italiani d'America, realizzata con minimi investimenti ma grandiosi effetti visuali, elegantemente inserita in un'area che trabocca di interventi artistici e ospita padiglioni zeppi di opere contemporanee, la pittura di Ozmo non fa che rilanciare i chiarissimi *input* del più ideale degli scenari immaginabili. Eppure la figurazione, che sembra occhieggiare al pop romano degli anni Sessanta (penso a un singolare *mash-up* tra l'immaginario statunitense di Schifano e gli spregiudicati riusi cui Festa sottopose Michelangelo), vive un assurdo destino d'impermanenza, dovendo lasciare spazio a un esercizio commerciale e scomparendo così dalla vista degli avventori per cui era stata concepita. Assurdamente, la si può vedere solo in foto, come se la sua realizzazione fosse stata un *happening* piuttosto che l'impressione di un messaggio forte ed elementare — si poteva pensare a una sintesi più asciutta per l'incontro tra le due sponde dell'Atlantico? — su un supporto quantomai abituato a veicolare simili proposte visive. Altrettanto interessante è l'*affaire* esploso intorno alla *Holy mother with child with upside down heads*, muro anconetano del

2008 che ha visto Ozmo collaborare con MCity e Run. Ora, chi potrebbe davvero credere che un artista disposto a esplorare la pinacoteca cittadina per innamorarsi di Lorenzo Lotto e poi rifare, decuplicandone le dimensioni, la pala dell'alabarda, abbia intenzioni offensive o addirittura blasfeme? Eppure quella Madonna in blu e rosa, coi piedi posati sul *pattern* di una realtà urbana distantissima dalle Marche — coi piedi posati sul mondo si direbbe, dominatrice severa e protettiva — e incoronata dalla firma dell'autore, è stata insidiata dalla più becera politica e persino dalla stampa, e si è tentato di sottrarla alla città. Certo, fosse stata dipinta su una tela o stampata su qualche altro supporto mobile, sarebbe stato forse legittimo leggere irriverenza e persino bestemmia nel gesto fortissimo di rivoltare verso l'alto le teste della vergine e del bambino. Ma ad Ancona — e il muro, per sua natura, non può spostarsi da Ancona, non può sfuggire alla storia e alla forma di Ancona — quelle due figure (in quella specifica forma, ricalcata quasi sulle precise linee cinquecentesche) sono a casa loro: è impossibile scambiarle per generiche immagini religiose eventualmente disponibili alla presa in giro. Altre interpretazioni, ben più semplici, si impongono: le teste sono forse *upside down* perché finalmente, all'aperto dopo secoli di stanze e poi sale museali, possono guardare il cielo cui i due corpi sono in eterno destinati, forse invece preferiscono lasciare

alla speculazione edilizia e all'indifferenza civile il parcheggio che si estende sotto di loro per invitare anche i passanti alla trascendenza e alla contemplazione dell'alto, o ancora è l'artista stesso a chiedere agli anconetani di riscoprire quei volti mandati a memoria e persi nell'abitudine attraverso lo straniamento imposto da una semplice rotazione. In ogni caso, al contrario della Rosalia o dell'elegantissimo *Portrait of PI* che si staglia sulla facciata di San Michele degli Scalzi a Pisa (scene rinascimentali e caccia da guerra, turisti da selfie con la torre e medaglie di cittadini illustri), l'opera anconetana ha dovuto lottare per non essere nascosta o cancellata, subendo gli inevitabili disturbi da cui ciò che è pubblico e *outdoor* deve essere difeso.

Simili interazioni con la realtà più stringente richiedono a Ozmo di lavorare con memorie non sue, come deve fare un invitato rispettoso o uno straniero che non si accontenta del turismo. Senza scomodare Derrida si può dire che i muri raccolti in questa mostra sono esempi di come si possa intervenire profondamente su un luogo ospitante senza evadere dalla posizione subalterna dell'ospitato: Ozmo, nel *wallpainting*, non si fa mai padrone del supporto, ma piuttosto vi applica l'inarrestabile e assolutamente non-violenta forza della mimesi, del *camouflage*, dell'abbandono a significati e ricordi già esistenti, pronti per essere indossati. Lavora come un antropologo o un fonetista, attento a non falsare

re i risultati dei suoi esperimenti contaminando aggressivamente la comunità che esplora: è la città che parla nelle sue pitture, filtrata e raddensata da un'intelligenza oculare che suggerisce le idee semplici e potenti che abbiamo visto fin qui. Nel procedimento però, Ozmo non perde la propria identità, resa ancora più evidente e riconoscibile dal procedimento stesso: una sorta di firma concettuale o, volendo, di nascondimento in piena vista. Per sottolineare la relativa novità di una simile postura etica vorrei passare ad alcune opere *indoor* che presentano vicende e intenzioni creative assai diverse da quanto visto fin qui, ma mi pare utile partire dall'esperienza che, credo, ha suscitato in me l'idea con cui si concluderà questo scritto.

Ho fatto la prima elementare alla scuola privata in cui insegnava mia madre. I miei compagni erano, generalmente, piuttosto ricchi, come si era ricchi negli anni Novanta. Nell'anno che vide morire Kurt Cobain, Tarantino vincere la palma d'oro e Berlusconi inaugurare il suo ventennio di fascismo democratico (la formula è di Franco Fortini, anche lui scomparso nel '94) a Roma Sud esplodeva la moda degli *stickers* tra noialtri under-10 più o meno borghesi. Si trattava, banalmente, di adesivi da comprare in cartoleria che andavano appiccicati su un album dalle pagine particolarmente lisce e oleose; era un sistema piuttosto liberatorio rispetto alla vetusta tradizione delle figurine — familiare ai nostri ge-

nitori e persino a molti dei nonni, ma anche alla generazione di Ozmo direi — perché gli *stickers* erano di tutte le forme, non avevano numero né cornicetta e li si poteva combinare a piacere sul bianco accogliente dell'album. Non si trattava di composizioni definitive, come con le decalcomanie o i timbrini che pure avevano avuto i loro mesi di gloria: la noia era scongiurata dalla speciale qualità della carta, che permetteva di staccare e riattaccare le piccole immagini per formare immagini grandi e complessive sempre diverse e sempre più allucinanti. Sebbene presentassero il grande vantaggio di offrirsi agli occhi già dalla confezione, obliterando il fondamentale meccanismo dei doppioni che era alla base delle collezioni Panini, gli *stickers* costavano di più, specie quelli fatti di peluche o cosparsi di propolina e simili scintillanti condimenti. Per questo motivo finii presto per invidiare gli album di quasi tutti i miei compagni: i miei genitori, anche nel sacrosanto tentativo di educarmi alla misura, mi accordavano due o tre visite mensili in cartoleria, mentre gli altri bambini ci andavano quasi ogni giorno dopo la scuola accumulando interi zoo, scenari medievali, centurie di cavalieri dello zodiaco e intere nazionali di calcio. Se ricordo bene invece, io avevo un gruppo di ippopotami e pinguini, alcuni personaggi di Aladdin, un set dedicato a Topolino aviatore, un discreto assortimento di mostri, e tre o quattro minipony che avevo sottratto a mia sorella con qualche in-

ganno. I miei compagni, con l'agio di possibilità combinatorie praticamente infinite, organizzavano scene incredibili: Mighty Max che incontra le tartarughe ninja nella jungla spaziale tra leoni e alieni verdi, He-Man che combatte Spiderman a Parigi con stelle di brillantini e scheletri di dinosauri, Paperinik che sposa la principessa di Star Wars tra decine di puffi commossi mentre Micheal Jordan schiaccia a canestro poco lontano. Il mio album, altresì, languiva miseramente: urgeva inventarsi qualcosa per stare al passo. Fu così che cominciai a fare ciò che era più ovvio fare all'apice della parabola del tardo capitalismo occidentale, alla vigilia dell'esaurimento anche del crepuscolo della modernità, a meno di dieci anni dall'esplosione delle bolle finanziarie che in quel periodo facevano fiorire SUV e case al mare ovunque, e nell'imminenza ancor più cogente del ritorno in scena della Storia sulle ali dei kamikaze mediorientali. Cominciai ad attaccare sul mio album, banalmente, gli adesivi Adidas che si trovano nelle scatole delle scarpe, gli sbrilluccicanti punti della Standa, i leoni e i cocodrilli di *brand* in voga, i francobolli della posta prioritaria, le etichette Ciquita e Melinda, le immaginine dei santi (anche quelle fluorescenti del cuore di Gesù che la suora regalava in cambio di un ben detto Salve Regina all'ora di religione) e gli animaletti del WWF che arrivavano per posta agli abbonati di non so più quale rivista. La realtà intorno a me era ricchis-

sima di immagini da cogliere, offertemi in carta adesiva proprio nella speranza che io le attaccassi da qualche parte rendendole visibili ad altri e diffondendone il potere colonizzante come un virus. Quello che accadde però, grazie alla mia ingenuità di bambino, disinnescava la carica aggressiva dei simboli e dei messaggi affidati ai singoli adesivi, che incontravano i miei *stickers* sparuti risemantizzandoli e ricevendo da essi un ruolo non previsto: il cuore di Cristo diventava un'astronave, il panda in via d'estinzione sconfiggeva il piccolo esercito di minipony con ferocia e i talloncini della raccolta punti facevano da mattoni per la casa di Jasmine e Aladino.

Nell'euforia combinatoria che caratterizza grandissima parte della produzione di Ozmo, specie negli interni, mi sembra di riconoscere la stessa bambinesca vittoria sull'impero delle immagini commerciali, sposate a capolavori della storia dell'arte e a icone dell'immaginario religioso italiano in modo gioioso, senza trito bacchettonismo anti-consumistico. Il baffo Nike, il volto di Topolino e quello del Pinocchio Disney, il glifo che mette in guardia circa l'infiammabilità dei prodotti industriali, lo Smile, il puma del *brand* Puma, il logo di Mtv: tutti questi riconoscibilissimi brani di *marketing* e panorama postindustriale incontrano, nelle composizioni di Ozmo, il San Giorgio di Paolo Uccello, i legni di Brueghel, i nudi di Michelangelo, gli enigmatici angeli

di Leonardo, le inquietanti elaborazioni rinascimentali della mitologia classica — da Leda che abbraccia il cigno a Olimpia che piange sulla spiaggia. Ad essi si aggiungono, in posizione intermedia, immagini che sembrano ritagliate da un sussidiario o da una ben fatta enciclopedia per ragazzi: la chimera di Arezzo, la maschera funeraria di Agamennone, uno spremiagrumi di *design*, una cinquecento vecchio modello. Non si perdono, naturalmente, i meccanismi di straniamento e gli elementari ma dirompenti *tricks* visivi che agiscono nei muri: così in *Backflip* le figure del quadro originale si ritrovano sul muro che ospita la tela in cui resta un paesaggio disertato, e ci ricordano che nemmeno il museo è un contenitore neutrale e che bisogna dare ascolto anche alla più bianca delle pareti; mentre il dittico *Apocalypse* denuncia apertamente la propria natura di oggetto materiale lasciando visibile al mezzo il solco verticale che separa i due pannelli, investiti dai segni solo in parte, come fossero stati colpiti di striscio da una più ampia deflagrazione non del tutto registrata dal candore del pvc. Tuttavia si fa più chiaro un altro elemento della poetica alta e scanzonata di Ozmo, un aspetto che ho cercato di introdurre attraverso l'inconsapevolmente postmodernissima stagione della *stickermania* della mia scuola elementare.

Ozmo è figlio del postmodernismo italiano, un controverso autunno della storia male accorda-

to con la cronologia occidentale e solo nel recentissimo passato riconsiderato dalla generazione che, negli anni Novanta, viveva il pieno della giovinezza. Per questo, forse, è così bravo a combinare con serena audacia alto e basso, sacro e profano, vessilli capitalistici ed empatia totale per i vinti, gli oppressi, i perdenti di Genova, della crisi mondiale, delle missioni di pace. A differenza di me bambino però, l'artista toscano sa bene cosa sta facendo e riesce a infondere — questa la novità che annunciavo all'inizio — un innegabile impegno nel gioco combinatorio che informa le sue soluzioni visuali. In questo senso è un ospite anche dei tempi, un denunciatore senza megafono, un rivoluzionario che invece di dar fuoco all'arredamento di questa età postrema lo riarrangia quel tanto che basta per rivelarne le storture. Certo, contemplando i faccioni atri dei celeberrimi bronzi calabresi rifatti in acrilico viene subito in mente Sanguineti, che ne intuì e mise alla berlina con sobrio divertimento — «Sono un bronzo di Riace (uno dei due, quello che più ti piace)» — la mercificazione dopo il famoso restauro anni Ottanta; e similmente il San Francesco che riceve le stigmate nella colante realizzazione in bianco e nero del 2015 invita a pensare al recentissimo Francesco di Aldo Nove e alla sua relativamente involontaria interazione col pontificato di Bergoglio e con la sua controversa ricezione mediatica. Ozmo però è alfiere di un nuovo modo di fare

avanguardia, meno egemone e ideologicamente ferreo di quello avviato negli anni Sessanta e al contempo più *engagé* e responsabile di quello fiorito nei dintorni del Gruppo93. Disincanto e fantasmagoria, attualità ed eternità dell'immagine, iperrealismo e artificio esplicito (si pensi alle gocce di vernice che scivolano sul supporto plastico o alla rinuncia ai colori e ai contorni nei piccoli formati) sono i suoi strumenti, che lo connettono al contempo al Pop europeo — non penso solo a Piazza del Popolo, ma anche alla Parigi del *décollage* — e ai paradossali usi non industriali del *design*, al più euforico postmodernismo e all'enigmatico magistero di un genio cool come Piero Manzoni. Pur pessimista della ragione, come si capisce benissimo dalle deformazioni delle sue Miss Universo o magari dalla leggerezza con cui rimescola gli ingredienti del *Déjeuner sur l'herbe* con dita leonardesche e braccia in più, Ozmo è un ottimista della volontà. Non si spiegherebbe altrimenti, nella desolante piramide sociale di *You are worth more than many sparrows*, il sovvertimento del motto americano che campeggia su miliardi di banconote verdi. Crediamo nell'Arte, perché malgrado tutto può ancora essere una proprietà non-privata e uno strumento politico senza perdere l'incanto delle immagini pure, che non imitano nessuna realtà, e la meraviglia giocosa della libertà compositiva.