



organizzazione FESTASPORT - Comune di Capannori

# MAIL ART & SPORT

opéra dans les deux modes :  
1<sup>re</sup> esp. 2<sup>e</sup> esp.  
4<sup>e</sup> esp.



2<sup>e</sup> esp. 2<sup>e</sup>





# MAIL ART & SPORT

La rassegna "Mail Art & Sport" che si è tenuta a Capannori nel Maggio 96 ha ottenuto un ottimo successo, essendo stati moltissimi i visitatori. Anche sulla stampa la notizia è rimbalzata più volte, ma il vero successo è dato dai 200 artisti postali partecipanti di 26 diverse nazioni.

Questo catalogo contiene una serie di APPUNTI POSTALI che ho assemblato prima e durante la rassegna "Mail Art & Sport" organizzata nell'ambito della "FESTASPORT 1996" promossa dal Comune di Capannori.

Agli "appunti" seguono tutti gli indirizzi dei partecipanti che essendo aggiornati, potranno essere utili per gli scambi.

*Vittorio Baccelli*

--- 0 ---

Era il 1977 ed all'Università di Pisa affissi ANAEXPLOSION, un manifesto libertario e creativo che attirò su di se (e su di me che ne ero l'estensore) un forte interesse. E fu così che VITTORE BARONI, già allora attivo mailartista, si mise in contatto con me, e da questo contatto, io allora poeta visivo, nacquero le mie prime collaborazioni ed i primi contatti all'interno del circuito.

Aprii poi il "BUREAU DE L'ART", uno spazio artistico autogestito, e fondai la "ALTA SCUOLA DI CORRISPONDENZA", ma questa è un'altra storia.....

--- 0 ---

Il progetto MAIL ART nasce all'interno di una sollecitazione tesa a ricercare forme di comunicazione capaci di veicolare, in modo universale, i messaggi profondi, i valori portanti che sottendono alle attività di Promozione Umana: l'Arte è un linguaggio vivente, universale. Il linguaggio artistico può essere infatti considerato il linguaggio dei linguaggi: quello sulle cui produzioni poggiano le grandi mitologie sulle quali, a sua volta, si sviluppa e si articola la vita sociale dei gruppi umani.

L'universalità dell'arte si oggettiva nella produzione materiale, nell'opera in sé, ed esplica a pieno la sua valenza riuscendo ad interagire - e non solo ad essere fruita - col sentire di altri artisti e di altri popoli.

Una forma artistica veramente universale, senza limiti e frontiere, capace di favorire nuovi linguaggi espressivi universali nell'esaltazione delle migliori qualità proprie dell'uomo, l'intelligenza e la fantasia nel segno della pacifica, costruttiva, solidale convivenza tra i popoli: la Mail Art.

La Mail Art mette in comunicazione artisti di tutto il mondo che dialogano fra loro utilizzando il mezzo postale per scambiarsi le proprie opere rispondendo a richiami, a progetti, lanciati da altri artisti. Non importa il luogo dal quale parte il richiamo: può essere la Grande Mela, una cittadina perennemente innevata dell'Alaska o un piccolo paesino, infatti la Mail Art per sua natura è fuori da qualsiasi esigenza commerciale, non ricerca legittimazioni, non segue modelli, non aspira ad uno status: la Mail Art è l'affermazione della libertà dell'arte comunicata, totale.



Si farebbe un torto alla Mail Art considerarla come un fenomeno sui generis della Sociologia della Comunicazione affermando che il suo scopo si realizza principalmente nella circolazione delle opere e non altresì nella produzione di opere esteticamente valide. Il fatto è che la Mail Art è un contenitore aperto che accoglie i contributi di tutti: è uno strumento democratico a cui hanno accesso artisti riconosciuti e non. La Mail Art certamente è fratellanza ma è anche impegno artistico e all'occhio avveduto non sfugge il valore del contributo.

D'altro canto il giudizio può essere fuorviato dalla molteplicità delle opere, dalla loro eterogeneità per orientamenti e campi artistici, oltre che dalla mancata conoscenza dei contesti che le hanno originate, per cui possono esprimere artisticamente posizioni di rottura, di condanna, di solidarietà, di informazione e controinformazione, di dissenso, di impegno, di lotta ma anche di gioco, ironia e leggerezza.

La Mail Art facilita così un approccio all'Arte in quanto alla pratica educativa non interessa tanto la conoscenza dell'artista e della corrente a cui appartiene ma, piuttosto, la formazione intellettuale, la costruzione di nuovi pensieri, comportamenti e consapevolezze di cui l'Arte è catalizzatrice.

Rudi Fuks, direttore dello Stedelijk Museum di Amsterdam, sosteneva sulle colonne di un noto giornale che "in Italia si fanno solo mostre e sullo sfondo non c'è niente, e così manca un pubblico di massa veramente informato .... Molti italiani pensano che l'arte sia solo italiana, solo classica, sono rimasti al Rinascimento". Ciò che si fa rilevare da più parti è che in Italia non esiste nelle strutture museali alcuna strategia informativa, educativa, che non sia la semplice esposizione delle opere mentre nelle altre nazioni gli aspetti didattici sono considerati elementi essenziali, costitutivi di ogni attività espositiva.

All'arte postale va riconosciuto il merito di aver aperto le frontiere internazionali ben 30 anni fa, proprio quando un trasgressivo ed estroverso artista americano Ray Johnson, pensò di dare alla Mail-Art un indirizzo autonomo estraendola al movimento Fluxus di cui era uno dei tanti aspetti, senza naturalmente tralasciare le sue radici che risalgono ai tempi del futurismo, dadaismo, Marcel Duchamp, Francis Picabia, etc. Eravamo nel 1962. Ray Johnson, dopo aver inviato per posta i suoi lavori in tutto il mondo (da citare particolarmente gli "Add to and return to"), fondò la "New York Correspondance School of Art", ove raccoglieva gli elaborati dei corrispondenti con i quali comunicava attraverso il medium postale.

Di conseguenza buste, timbri, francobolli, adesivi, etc. divennero parte integrante di questo tipo di comunicazione.

Ci fu immediata risposta a questa fantastica ed originale iniziativa e si formò presto una vera e propria rete artistica internazionale dove ogni corrispondente sviluppava un proprio linguaggio con i suddetti mezzi. Nasceva la Mail-Art Moderna.

Si sono aperte quindi le frontiere internazionali superando le distanze geografiche-culturali-ideologiche, sono sorti archivi di raccolta di documenti e materiali vari relativi a progetti di arte postale, a disposizione di chiunque desideri visitarli e consultarli; si sono instaurati interessanti rapporti di lavoro e collaborazione, contatti personali e performances di gruppo, organizzando importanti progetti socio-culturali-politici collettivi e mostre internazionali, insomma una intensa ed affascinante attività artistica che fa della Mail-Art un international networking di creatività e libero nella espressione.

Naturalmente i mailartisti, utilizzando il mezzo postale, si cimentano in qualsiasi disciplina dell'arte contemporanea e pertanto la Mail-Art si alimenta di vitalità artistica continua, di idee originali e spontanee, di carica espressiva esaltante, elementi questi che rendono l'arte postale il più ricco contenitore di sentimenti e sensibilità.

MAIL ART è una galleria sempre aperta ed accessibile.

MAIL ART è un critico senza prevenzioni.

MAIL ART è un artista libero "il mondo lo si possiede meglio se si è capaci di miniaturizzarlo".

Il mezzo di comunicazione più democratico è quindi anche il più formidabile strumento di comunicazione fra gli artisti di tutti i paesi. L'uso "creativo" della posta permette di scambiarsi



con facilità ogni genere di manufatti: disegni, stampe, fotografie, pubblicazioni, nastri magnetici, piccoli oggetti etc. al di fuori di qualsiasi canale ufficiale.

Produzioni artistiche spesso precarie ed effimere ma che, in un reticolare intreccio di scambi, invadono spazi inconsueti ed immaginabili, favorendo il confronto culturale e modificando addirittura il normale uso della comunicazione nel raggiungere strati sempre più ampi di popolazione. Arte in dono reciproco ma anche e soprattutto comunicazione di idee.

Non è agevole pertanto inquadrare la Mail-Art in facili schemi mentali. Forse è più semplice scoprirne nel tempo, passo dopo passo, i meccanismi non rigidamente codificati, le potenzialità marcatamente anticonvenzionali che coinvolgono in un unico grande progetto di comunicazione globale quanti si sono avventurati nel mondo del Network. L'estrema libertà creativa e l'abbattimento di ogni barriera fanno della Mail-Art uno dei movimenti più fantasiosi del nostro tempo, una grande pulsante arteria, una intrigante opportunità di percorrere imprevedibili sentieri, una inestricabile ragnatela di relazioni, oltre ogni logica commerciale, consumistica o concorrenziale.

“La più grande opera d'arte collettiva che sia mai stata realizzata, un'opera d'arte pulsante e viva in continua evoluzione che ha come scheletro l'intera superficie del globo.”

Negli U.S.A. Higgins III, Scarlatina Lust, Alex Torrid Zone Igloo, Carlo Pittore, Le Claire e naturalmente Ray Johnson sono i nomi che più frequentemente sono ricordati quando si parla di questa corrente contemporanea che si è ormai imposta come strumento riconosciuto della evoluzione creativa.

Abbattute le frontiere della tradizione e superato l'individualismo della vecchia scuola si è passati anche negli U.S.A. ad un sistema collettivo di far Arte. La fine dell'isolamento dell'artista e della sua dipendenza alle regole del sistema ha segnato l'inizio di una nuova era caratterizzata come non mai dalla necessità di un dialogo creativo più immediato fra lui e la sua sfera d'influenza più diretta, ovvero i “colleghi”.

Si sono affermati quindi mezzi più spontanei e anticonvenzionali attraverso i quali proporre una propria visione artistica.

Ecco la popolarità della Copy Art e la sua rappresentazione concettuale di una estensione della funzione che la macchina fotocopiatrice ha al di fuori dell'uso di Ufficio.

Comune desiderato di questi operatori è appunto quello di modificare per ampliare le regole della presentazione formale.

Nulla e nessuno è ritenuto più sacro, anzi è proprio un confronto con i così catalogati “capolavori” o “maestri” che più fermenta il desiderio di “copiare”.

Collagisti, post-card-artisti, dadaisti, artisti della stampa specializzata, tutti si impegnano a cambiare il mondo in cui siamo abituati ad osservare l'arte.

Il tipo di messaggio è a volte molto personale, oppure si riferisce ad uno specifico argomento politico, sociale, altre volte è quasi oscuro e difficilmente decifrabile.

Le rapide macchine Xerox ci stanno quindi spingendo ad una velocità sempre più frenetica nel vortice dell'evoluzione delle idee e c'è chi pensa che esse ci possono aiutare ad esaminare il nostro processo creativo, un'area di studio questa basata in parte su ricerca scientifica, in parte su misticismo personale, di cui è esponente Sonia Lande Sheridan del Generative System Program, interessata ai pronostici relativi al ruolo che i creativi avranno come educatori delle immediate società del futuro.

La West Coast è certo uno dei centri più importanti per quanto riguarda il fenomeno della Copy Art, pensiamo allo Studio 718 ed al Postcard Palace, entrambi a San Francisco.



E sempre San Francisco è la base del centro Dadaland formato da artisti fra i quali Bill Gaglione, Anna Banana e Buster Cleveland i cui interessi nella produzione di timbri, Mail Art, e cartoline postali coinvolgono in una maniera o nell'altra l'uso della fotocopiatrice.

Simultaneamente si può anche parlare della "Rubber Stamp Art", ossia i risultati artistici ottenuti con l'uso di timbri di gomma, prima considerata una forma marginale ed ora oggetto di studio da parte di critici specializzati, anch'essa identificata come mezzo di comunicazione e persino "sospettata" da alcuni di essere un veicolo di idee sovversive, una impressione derivata da chi ne identificò la funzione di simbolo del contro-uso dei sigilli della burocrazia.

Fin dal '71 la Rubber Stamp Art è stata l'oggetto dell'attenzione di critici d'arte contemporanea, l'introduzione del timbro come mezzo artistico è attribuita a Kurt Schwitters (da noi si parla dei guazzi futuristi) il quale per la prima volta fece uso di timbri incorporandoli nei suoi collages.

Comunque la Rubber Stamp Art non emerse a livelli di una certa popolarità fino agli anni '60 con l'avvento della Mail Art.

Mail Art, Copy Art e Rubber Stamp Art oggi tutte si integrano in un più vasto discorso creativo e nella West Coast trovano supporto di una rete di centri specializzati che mostrano al pubblico rassegne, videotape e performances.

Oggi si può parlare di Rubber Stamp Art ossia i risultati artistici ottenuti con l'uso dei timbri di gomma.

La TIMBRARTE veniva dapprima considerata una forma espressiva marginale, ma oggi è divenuta oggetto di studio da parte di critici specializzati ed anch'essa viene identificata come un importante mezzo contemporaneo di comunicazione artistica: è persino sospettata da alcuni di essere un veicolo di idee sovversive, una impressione derivata da chi ne identificò la funzione di simbolo del contro-uso dei sigilli della burocrazia.

Fin dal 1971 la TIMBRARTE, conosciuta negli U.S.A. come "Rubber Stamp Art", è stata l'oggetto dell'attenzione di critici d'arte contemporanea.

L'introduzione del timbro come mezzo artistico è da attribuirsi ai futuristi con i loro guazzi, ma è il tedesco Kurt Schwitters che fece nello stesso periodo un uso sistematico di timbri incorporandoli nei suoi collages.

E' doveroso ricordare come anche l'idea dei collagi postali appare quasi contemporaneamente sia nei futuristi che in analoghe esperienze dell'artista DADA tedesco (1922).

Comunque la Rubber Stamp Art non è emersa a livelli di una certa popolarità fino agli anni '60, fino alla forte diffusione, cioè, dell'arte postale.

Arte postale, Xerox art e Rubber Stamp art oggi tutte si integrano in una più vasta comunicazione creativa.

Infatti nell'arte postale uno tra i mezzi più utilizzati è la cartolina, la comune cartolina postale personalizzata da disegni, grafici, collages, versi poetici, etc., essa arriva al destinatario stracolma di simbologie spesso non facilmente riconoscibili, sempre aperta a varie interpretazioni, usufruibile, carica di timbri e francobolli, sia ufficiali (quelli emessi dalle poste nazionali) sia personali, questo perchè molti artisti postali si costruiscono il proprio francobollo, che diviene così un messaggio nel messaggio.

E tutti gli artisti postali hanno almeno un proprio annullo che diviene "un messaggio sul messaggio nel messaggio".

Ed il messaggio può anche essere NULLA, cioè nullo, cioè annullato il tutto nel rispetto della più banale prassi postale, ma anche nel rispetto delle nuove regole di questa forma artistica totalmente antiburocratica che è la Rubber Stamp Art.



Puntiamo la nostra attenzione sulle lettere che Vincent Van Gogh inoltrava al fratello Theo durante la sua vita (culminata tragicamente nell'anno 1890), al quale inviava scritti con schizzi, disegni e annotazioni grafiche disposte in modo sparso tra le righe: di diario, di polemiche, di comunicazioni disperate, soprattutto nel periodo trascorso a Saint-Remy, ricoverato nell'Istituto di cura per alienati di Saint Paul De Mausole 1889/1890.

Questo artista può essere il nostro simbolo dei 100 anni della Mail Art che poi si è sviluppata nei movimenti futurista e dadaista. Nei successivi linguaggi che si richiamano al lettrismo e più ancora specificatamente al gruppo Fluxus, per non parlare degli influssi della Minimal Art, dell'Arte Concettuale, della Narrative Art, della Poesia concreta e poesia Visiva.

Nel 1962, dopo vari anni di pratica, l'attività artistica di comunicazione postale di Ray Johnson approdò ufficialmente alla famosa "New York Correspondance School of Art" con mostre di progetti collettivi in prestigiosi musei di tutto il mondo.

Negli ultimi 20 anni sono nati importanti archivi Mail Art in ogni continente e, in occasione di questo centenario, vogliamo sottolineare questa presenza nel mondo dell'arte alla quale spetta un posto di diritto e di rilievo in questi ultimi anni nell'ambito della ricerca e sperimentazione artistica di questo grande Network di comunicazione totale, dove vengono usati diversissimi media e discipline:

Rubber Stamp- Post Card- Photo Art- Visual Poetry- Audio Art- Play Art- Computer Art- Copy Art- Fax Art- Video Art, usando ora anche i canali della madre di tutte le reti per computer, cioè "INTERNET".

Aveva ragione il sociologo Marshall McLuhan quando diceva che "chiunque può diventare autore ed editore", usando mezzi come il giornale, la radio, il telefono, la telescrivente.

Un'intuizione profetica, certamente. Ma fino a un certo punto: perchè pur non ponendo limiti allo sviluppo dei mezzi di comunicazione, nemmeno il grande teorico dei mass media, trenta anni fa, aveva preso in considerazione la fotocopiatrice. Nemmeno lui aveva previsto, cioè, che con quel tipico marchingegno da ufficio ci si potesse anche divertire. Anzi, di più: fare dell'arte.

Ci avevano già provato Andy Warhol e tutta la Pop-art; l'ha confermato il pittore e designer italiano Bruno Munari, un divulgatore della creatività formato Rank Xerox: il foglio riprodotto può diventare, perchè no?, una creazione originale. In nome di una "perversione culturale" che trasforma ogni strumento operativo in una appendice dell'immaginazione (seguendo il vecchio adagio: "qualunque mezzo può essere usato per produrre immagini e per comunicare"), anche la macchina più burocratica e sofisticata - dopo il computer - può generare, se adeguatamente stimolata, fantasie, deformazioni e realtà artificiali. Esistono oggi delle vere e proprie fotocopie d'autore, esiste una Copy Art fiorente ormai da anni e riconosciuta come tale, esistono diversi "trattamenti" per cui fotografie, cartoline o fumetti vengono stravolti e rivisitati con risultati efficaci e sorprendenti. Insomma, è nato e si è consolidato un nuovo medium di espressione artistica.

E' da oltre un decennio che la fotocopiatrice è entrata a far parte dell'uso quotidiano. Eppure la storia tecnologica della riproduzione su carta non fotografica è abbastanza recente: anche se Umberto Eco la fa risalire addirittura alla preistoria, con le prime impronte di mani umane colorate sulla roccia, è del 1938 la messa a punto da parte di Chester Carlson del sistema elettrofotografico di duplicazione. Dieci anni dopo, lo stesso Carlson e la Haloid Corporation presentavano alla Società Ottica d'America quella che avevano chiamato Xerografia: un procedimento che consentiva (a secco, senza l'intervento di acidi o soluzioni chimiche) di duplicare velocemente e a basso costo ogni sorta di documentazione. Da allora, il sistema non ha



subito sostanziali modifiche: un passaggio di luce sul foglio da riprodurre lo "legge" e lo risomponne sotto forma di cariche elettriche su un cilindro di selenio. La presenza di elettroni, corrispondenti alle aree scure del foglio originale, attira un inchiostro in polvere (il toner) che viene steso e fissato a caldo sul foglio-copia, in carta comune. Le tappe della duplicazione elettrostatica passano quindi dalle prime macchine "a manovella" degli anni Cinquanta a quelle automatiche, sempre in bianco e nero, degli anni Sessanta.

Nel 1968 viene presentata la prima copiatrice a colori (3M), dopodichè sarà un continuo susseguirsi di innovazioni tecnologiche, fino agli ultimissimi modelli: la Rank Xerox 1005, ad esempio, copiatrice a colori ultima generazione, è dotata di un retino per scomporre l'immagine da riprodurre in più punti (per una migliore fedeltà di copia), di un ingranditore per diapositive e della possibilità di duplicare con chiarezza piccoli oggetti tridimensionali. Il tutto con regolazione extra-fine dei programmi e dodici diversi colori a disposizione: molto meglio, dice qualcuno, di una tavolozza da pittore. E' proprio sui prodotti di macchine come questa, attualissimi cocktail di tecnologia ed espressionismo artistico, che si sono riversati gli interessi della new wave creativa in perenne caccia di nuove soluzioni.

La novità non è assoluta, chissà quanti anonimi impiegati di altrettanto anonimi uffici hanno provato l'ebrezza della creazione fotocopiandosi la mano al posto del documento "urgente"... Ma la pessima qualità delle stampe ha sempre scoraggiato sul nascere ogni velleità artistica. Sono personaggi come Andy Warhol, Robert Rauschenberg o Joseph Beuys - vale a dire la crème della Pop-art - che negli anni Sessanta riescono per primi a trasformare in opera dell'ingegno il fascino della tecnica xerografica, conferendole la stessa dignità che avrebbero dato più tardi all'uso delle prime Polaroid. Erano però intuizioni occasionali, dettate da improvvisa curiosità più che da stimoli profondi.

Doveva arrivare l'italiano Bruno Munari, vero enfant terrible della ricerca nel campo delle arti visive, perchè nascessero le prime "Xerografie originali". Con lui, un numero sempre crescente di autori comprese che era nata una nuova tecnica che non richiedeva specifiche capacità nè lunghi tempi di realizzazione. Per produrre un'immagine bastava premere un pulsante.

La fotocopiatrice diventava così macchina fotografica, camera oscura e stampatrice allo stesso tempo, con un costo abbastanza modesto da poter essere affrontato da cinque.

Il perfetto medium "democratico", dunque? A sentire Bruno Munari, in "1970 Xerografie" parrebbe di sì: "La Grande Arte, di concezione borghese, fatta a mano dal Genio solo per i più ricchi, non ha più senso nella nostra epoca... Oggi l'arte è a disposizione di tutti".

Qual è stata, allora, l'idea del pittore e designer milanese? Seguire le regole della sperimentazione: disobbedire alle regole. Se le istruzioni d'uso di ogni fotocopiatrice prevedono di coprire il foglio da duplicare e non muoverlo durante l'esposizione alla luce, lui agisce sulla trasgressione e sull'errore voluto: non copre l'originale, gioca col foglio spostandolo con tempi e direzioni variabili. I risultati sono sequenze di immagini deformate, contorte o "fluide", il più possibile lontane dal dato di partenza.

E' così che nasce il concetto quasi paradossale della "fotocopia d'autore", ancora oggi guardato con sospetto da parte della critica "seria" per la sua "povertà", la facilità e il carattere quasi completamente meccanico dell'esecuzione. Anzi, a più riprese il versante ufficiale si scatenerà contro la nuova tendenza: "E' una disumanizzazione dell'arte", tuonano. Ma la replica dei copy-artisti è altrettanto pronta: "La copiatrice è solo un filtro o, meglio, un pennello: bisogna saperlo usare". E' questa, da sempre, la tesi dell'americana Pati Hill, una delle prime a specializzarsi in riproduzioni di oggetti (pettini, specchi, fiori, spazzole, piume) con una scelta di campo al limite della fotografia o dell'incisione. "Le mie sono immagini che hanno il solo scopo di piacere", dice.



Un'altra pioniera è stata Sonia Sheridan: dall'esordio strettamente sperimentale dei primi anni Settanta la sua attività si è spostata sul piano divulgativo: articoli, saggi, conferenze.

Dopo tante polemiche e dibattiti, nel 1970 la fotocopia d'autore approda finalmente alla Biennale di Venezia: è la nascita ufficiale della nuova corrente. Da qui alla consacrazione definitiva, la mostra "Electroworks" del 1979, al Museo internazionale della fotografia di Rochester, sarà un susseguirsi ininterrotto di iniziative e "conversioni". Alla Copy art (o elettrografia, come viene chiamata in Francia, contraendo la definizione "elettrofotografica") si accostano un po' tutti. I fotografi, come il tedesco Joerg Wibek, il canadese Evergon, l'americana Ginny Lloyd, iniziano a duplicare diapositive (per motivi più che altro di economia) e, stravolgendole, le trasformano in vere e proprie nature morte tridimensionali, collages surreali di diversi scatti sovrapposti. I pittori (fra i tanti, il belga Albert Pepermans) intervengono con pennello e colore su una fotocopia originale per poi magari duplicare il risultato e su questo ridipingere. I fumettisti si divertono invece a deformare i loro disegni con suggestive ed efficaci "strisciate". I grafici (soprattutto se impegnati nella produzione di fanzine e locandine punk) si servono della macchina per creare nuovi effetti. Un caso tra i più significativi è quello del cileno Chico Ivo, che ha inventato una tecnica singolare per ottenere ritratti personalizzati di rockstar da semplici scatti fotografici: dalla diapositiva a colori ricava una stampa in bianco e nero che viene quindi fotocopiata in modo da esasperare ancora di più i contrasti cromatici. Il tutto in formato cartolina.

E a proposito di cartoline, è proprio la "Mail Art", una delle prime e più riuscite espressioni di Copy art: autori di messaggi politici, sociali o personali sotto forma di volantini, foglietti o cartoncini con tanto di francobollo, hanno dato vita all'International Mail Art Network, una sorta di "comune" che organizza scambi e mostre. I francobolli finti di E.F. Higgins III, le cartoline dada di Anna Banana e i collage "demenziali" di Buster Cleveland sono esempi più illuminanti del filone trasgressivo. Sempre negli Stati Uniti è nata nel 1981 l'Isca (International Society of Copier Artists), un'associazione che promuove il lavoro degli autori attraverso una rivista trimestrale ("Isca Quarterly", ovviamente fotocopiata, già una piccola Bibbia nel genere), mostre itineranti in permanenza, un vastissimo archivio di diapositive e un newsletter saltuario.

Abbattute le frontiere della tradizione e superato, almeno in parte, l'individualismo, si sta passando ad un sistema collettivo di far arte.

La fine dell'isolamento dell'artista e della sua dipendenza alle regole del sistema ha segnato l'inizio di una nuova era caratterizzata come non mai dalla necessità di un dialogo creativo più immediato fra l'artista e la sua sfera d'influenza più diretta, ovvero i "colleghi".

Si sono affermati quindi mezzi più spontanei ed anticonvenzionali attraverso i quali proporre una propria visione artistica.

Ecco la popolarità della Copy Art, raffinata estensione della funzione della macchina fotocopiatrice fuori dell'uso d'ufficio.

Comune desiderio degli operatori della Copy Art è quello di amplificare al massimo ogni messaggio o ogni presentazione, è inoltre possibile clonare ogni cosa.

L'opera d'arte, o presunta tale, è proprio nel suo "massimo" periodo della riproducibilità tecnica: nulla e nessuno più sacro, anzi è proprio un confronto tra i catalogati "capolavori" o i "maestri" che più stimola il desiderio di copiare.

Collagisti, postcard-artisti, neo-dadaisti, artisti della stampa specializzata, tutti s'impegnano a cambiare il modo in cui siamo abituati ad osservare l'arte.

Le rapide macchine xerox ci stanno quindi spingendo ad una velocità sempre più fernetica nel vortice dell'evoluzione delle idee e sicuramente aiutano ad esaminare l'evolversi del nostro processo creativo: un'area di studio questa a cavallo tra rigorosa ricerca scientifica e misticismo personale.

Tutto ciò ebbe inizio nel '38 quando lo statunitense Chester Carlson riuscì ad ottenere la prima copia istantanea a secco su carta comune, con un procedimento da lui stesso ideato che prenderà poi il nome di xerografia.

In pochi decenni questa invenzione ha ottenuto degli sviluppi impensabili, divenendo uno strumento indispensabile e completamente automatizzato. La fotocopiatrice oltre ad assolvere i



propri compiti di riproduzione veloce ed economica di testi per uso burocratico e/o commerciale ha generato una miriade di imprevisi modi d'uso.

Chiunque si sia trovato a tu per tu con una fotocopiatrice, non ha, almeno per una sola volta, retto all'impulso di appoggiare una mano sul vetro della macchina per farsi una copia istantanea della mano stessa; il più impersonale degli strumenti d'ufficio può trasformarsi in uno specchio rivolto su un'altra dimensione.

Fin dal primo apparire sul mercato di macchine fotocopiatrici, artisti e grafici ne hanno esplorato le proprietà specifiche, spesso lavorando in stretta collaborazione coi tecnici che ne perfezionavano il funzionamento.

I risultati di queste sperimentazioni sono spesso stati organizzati in mostre fin dagli anni 60, mostre inserite dai critici nel filone dell'arte povera.

Le mostre personali e collettive di Copy Art rappresentano solo una percentuale esigua delle applicazioni creative della fotocopia: all'interno di riviste, fumetti, manifesti, cartoline, copertine di dischi è facile riconoscere le qualità grafiche della copia elettrostatica, dalla grana al contrasto, dalle striature al trascinamento.

La Copy art, sempre presente nelle rassegne di arte postale, non è un movimento artistico omogeneo destinato a consumarsi nello spazio di qualche stagione, come avviene per le "tendenze" progettate al tavolino, ma è un'area creativa vasta e diversificata che trae linfa anche dall'evoluzione costante delle nuove generazioni di copiatori.

Negli ultimi anni la fotocopiatrice è stata utilizzata anche da esponenti di spicco delle correnti artistiche più autorevoli ed è divenuto uno strumento insostituibile per riprodurre, deformare, ingrandire, rimpiccolire, trasformare e generare nuove idee grafiche.

La vitalità della fotocopiatrice come strumento espressivo è inoltre legato alle possibilità offerte da conquiste tecniche sempre più avanzate come telecopie, elettrografie, laser copie, interazioni con schermi video, computer, telefoni, fax, internet, ecc.

La fotocopia riafferma la contraddizione tra unicità dell'opera d'arte e la riproducibilità offerta dai mezzi tecnici (Benjamin), da un lato abbiamo le fotocopie d'autore, in pezzi unici firmati o tirature limitate per collezioni o esposizioni creati da xeroartisti che operano in circuiti tradizioni mercantili con gallerie, musei e giornali patinati; dall'altro riproduzioni a basso costo, fotocopie creative il più delle volte diffuse gratuitamente all'interno del circuito postale, cartoline e riviste in xerox poste in vendita in librerie specializzate, manifestini pubblicitari affissi sui muri cittadini.

Il dualismo tra Copy art da galleria e quella povera è in effetti più teorico che reale, infatti gran parte degli operatori che si occupano di ricerche con la /sulla fotocopiatrice risultano attivi su entrambi i fronti contemporaneamente affiancando alla produzione seriale una di lavori maggiormente elaborati nell'estetica.

Ma è proprio nell'arte postale che la fotocopia creativa si rileva del tutto funzionale alla necessità pratica di mantenere contatti con centinaia di operatori creativi sparsi per il pianeta.

I formati degli invii postali si adattano alla perfezione alle dimensioni standard delle fotocopie; moltissimi mailartisti utilizzano la tecnica xerox per creare anche francobolli, cartoline, collages, per questi lavori sono ovviamente preferite le fotocopiatrici a colori.

Concludendo, la fotocopiatrice è uno strumento espressivo democratico e rivoluzionario.

Una curiosità: nei Paesi dell'Est occorre una speciale autorizzazione statale per ogni singola riproduzione.



RINO DE MICHELE - V.Campocroce 29 - 31059 Zerobranco

MASSIMO MEDOLA - V.L.Gucci 12 - 40133 Bologna

G.DONAUDI - V.Roasio 17 - 10143 Torino

CARLO DESIRO' - V.Po 56 - Campi Bisenzio (FI)

ANTONIO AMATO - V.Santorio 4 - Aldifreda - 81100 Caserta

FULGOR G.SILVI - V.Pagino 1 - 61040 Frontone

EMILIO MORANDI - V.S.Bernardino 88 - 24028 Ponte Nossa

LISA DE ROCCO - P.zza Pertini 4 - 20043 Arcore

ELIO JODICE - V.San Donà 72 - 30174 Venezia Mestre

LUTHER BLISSET - V.Battisti 339 - 55049 Viareggio

SOLAMITO LUIGINO - V.Cavour 44 - 18039 Ventimiglia

GIOVANNI STRADA - C.P. 271 - 48100 Ravenna

LUCA MITI - V.Tripoli 110 - 00199 Roma

GIORDANO GENGHINI - V.Castello 3 - 20052 Monza

JEAN PAUL MORELLE - C.P. 74 - 37066 Sommacampagna

RUGGERO MAGGI - Corso Sempione 67 - 20149 Milano

FRANCO SANTINI - V.Dalla Chiesa 9 - 57018 Vada (LI)

ALESSANDRO CECCOTTO - V.Scarpari 1L - 45011 Adria

FRANCESCO GIORDANO - V.S.Giuseppe 55 - 80065 Sant'Agello

RENATO DE SANTI - V.Romanina 23 - 31033 Castelfranco Veneto

ANDREA OVCINNICOFF - Vico di Coccagna 1/3 - 16128 Genova

DAVIDE ARGNANI - V.Paradiso 4 - 47100 Forli

VITTORIO BACCELLI - C.P. 132 - 55100 Lucca

FERRUCCIO BRUGNARO - V.Repubblica 49 - 30038 Spinea

GIANNI DE TORA - V.Nicolardi 256 - 80131 Napoli

SALVATORE SALAMONE - V.Calafato 5 - 93100 Caltanissetta