Prof.ssa Veronica Biraghi

POP ART

Arte di massa

- Nasce in America intorno al 1950, si diffonde una decina di anni dopo.
- Ha origine dall'incontro tra la cultura dei mass-media (insieme dei mezzi di informazione) e gli artisti di quel periodo.
- Basata sulle immagini del cinema, della televisione, della pubblicità.
- Deriva dalla parola inglese "popular art", ovvero arte popolare
- Si interessa della forma e della rappresentazione della realtà.
- Vuole infatti rendere artistiche ed importanti le immagini più comuni e conosciute da tutti, quelle proposte appunto dai mass-media.
- Aperta alle forme più popolari di comunicazione: i fumetti, la pubblicità, i quadri riprodotti in serie
- L'appellativo "popolare" deve essere inteso però non come arte del popolo o per il popolo, ma più puntualmente come arte di massa, cioè prodotta in serie.
- Non ha intenti dissacratori o ironici o di denuncia come invece avevano altri periodi artistici precedenti.

Classica immagine che ci troviamo di fronte in un supermercato ben rifornito

Andy Warhol

- *Nel futuro ognuno sarà famoso per 15 minuti*

- Realizza tantissime opere, che produceva in serie con l'ausilio dell'impianto serigrafico
- La ripetizione era il suo metodo di successo: su grosse tele riproduceva moltissime volte la stessa immagine alterandone i colori (prevalentemente vivaci e forti). Prendendo immagini pubblicitarie di grandi marchi commerciali (famose le sue bottiglie di Coca Cola) o immagini d'impatto come incidenti stradali o sedie elettriche. Riusciva a svuotare di ogni significato le immagini che rappresentava proprio con la ripetizione dell'immagine stessa su vasta scala.
- Secondo Warhol l'arte doveva essere "consumata" come un qualsiasi altro prodotto commerciale.
- The Factory era il nome dello studio originario di Andy Warhol a New York City tra il 1962 e il 1968, e con lo stesso nome sono conosciuti anche i suoi studi successivi. Punto di ritrovo per artisti, utilizzatori di anfetamine, e le superstar di Warhol; divenne anche famoso per le feste all'avanguardia.

Prof.ssa Veronica Biraghi

Roy Lichtenstein

- Dal 1961 inizia ad inserire sistematicamente nei suoi lavori elementi tipici del mondo pubblicitario e dei fumetti, e ad utilizzare il puntinato Ben-Day, che diventerà una sua cifra stilistica inconfondibile
- A differenza del puntinismo, in cui i puntini venivano utilizzati per far apparire omogenea l'immagine vista da una certa distanza, Lichtenstein esaspera una tecnica tipografica usando retini di grandi dimensioni per dare l'idea di una realtà mediata dalla mole di immagini che nella realtà contemporanea vengono stampate e trasmesse.
- Riproduce i fumetti dell'epoca stampati con piccolissimi puntini, ingranditi assieme al disegno stesso.
- Il suo stile non cambia ma nel corso degli anni rivisiterà, ricreandole a fumetti, moltissime opere degli stili artistici del Novecento (futurismo, espressionismo…)

Lichtenstein, Whaam!, 1963

Le sue prime esperienze a fumetti hanno forse avuto origine mentre era militare durante la seconda guerra mondiale, ecco perché molti soggetti sono ispirati a fumetti di guerra.

Lichtenstein, The Red Horsemen, 1974

Carrà, Il cavaliere Rosso, 1913

I puntini (puntoni), venivano realizzati a mano utilizzando dime di varie dimensioni da un gruppo di aiutanti.

Prof.ssa Veronica Biraghi

Keith Haring

- Rappresentante della street art e considerato artista neo pop
- Lavora negli anni ‘80
- Inizia a dipingere per strada, soprattutto in metropolitana, sopra ai manifesti vecchi. Dipingerà sopra a materiali di tutti i tipi e a oggetti vari.
- Dipingerà anche un centinaio di metri del muro di Berlino
- Viene incoraggiato proprio da Wharol a dipingere su tela e non solo…per strada.
- Lavorerà in tutto il mondo ma nel 1983 è a Milano, nel negozio Fiorucci in San Babila (ritrovo dei giovani dell’epoca) a dipingere in diretta, in vetrina, mentre i clienti lo osservano
- Diventerà l’artista simbolo dei graffiti che diventano arte, degli omini colorati e folli, ma anche simbolo politico, per i diritti degli omosessuali e della lotta all’aids di cui poi morirà.

Parete, Philadelphia

Nel negozio di Fiorucci