

Messa in scena fantasmagorica

È una interpretazione del bisogno di fuga dal presente. Un movimento caleidoscopico per una dimensione creativa che sfocia in tracce magiche in un mondo reale

Francesco Morace | @FrancescoMorace

Dopo tre anni di eventi tragici e di estetiche "castigate", si rilanciano gusti esuberanti e fantasmagorie creative, interpretando nel modo più eclatante un bisogno di fuga dal presente: nella moda, nel design, nella grafica, nelle estetiche più in generale. Non si tratta di stili definiti o di scelte di campo, ma di un mondo con una sua capacità di "messa in scena", di "mise en place", in cui il movimento caleidoscopico presuppone il coinvolgimento di tanti elementi, generosamente orchestrati, come nei balletti futuristi di Diaghilev con scenografie di Depero, o nei quadri surrealisti di Magritte o nei voli pindarici di Chagall, in cui gli oggetti e i personaggi diventavano presenze fantastiche, pezzi sulla scacchiera in un gioco che neanche l'artista controllava fino in fondo. Tracce magiche in un mondo fin troppo reale, attraversato da scene di guerra e alla ricerca di una rappresentazione alternativa. La Francia - il Paese per tradizione più fantasmagorico - domina in questo scenario estetico con la propria vocazione alla Grandeur e il coraggio delle sue rappresentazioni. Ricordiamo a questo proposito due esposizioni che all'inizio del 2023 hanno celebrato a Parigi e Versailles due mondi vicini, anche se separati da circa tre secoli: la stagione Roccò di Luigi XV, incoronato re di Francia nel

1722, e l'avventura stilistica, artistica e culturale di Elsa Schiaparelli, "couturier spettacolare" scomparsa in Francia nel 1973. A questo si è aggiunto il tributo per la scomparsa di Paco Rabanne, lo stilista fantascientifico per eccellenza. La tendenza alla fantasmagoria spiega anche il successo crescente di Midjourney, un laboratorio di ricerca indipendente che propone un'esperienza di traduzione di alcune parole chiave in immagini di mondi onirici e fantasmatici prodotti dall'intelligenza artificiale. Una dimostrazione di quanto gli algoritmi possano contribuire a espandere il potere immaginativo dell'umanità come viene promesso già nella prima descrizione nel sito di Midjourney. Esercizio di amplificazione della mente e dello spirito, lontano dall'idea consueta che l'AI sia uno strumento di sostituzione dell'intelligenza umana e/o un semplice semplificatore della vita quotidiana. In questa tendenza il potenziale immersivo definisce un orizzonte poliedrico e multisensoriale in cui il corpo fisico diventa protagonista a tutto tondo. La percezione in tutte le sue forme si dimostra padrona in un'esperienza che ricerca i limiti dell'esperienza, attraverso sperimentazioni visive, sonore, olfattive, tattili, partendo dal corpo individuale. Ritroviamo in questa dimensione le tendenze estetiche che puntano sulla creatività come rito propiziatorio, sull'arte come dimensione generativa, sulla fantasmagoria come spettacolo per sorprendere, sulla meraviglia

come scintilla per il cambiamento, ma anche sull'educazione per crescere in modo felice e proporre un bello sempre più inclusivo. Perché appartiene a tutti, come l'arte di Yayoi Kusama che con i suoi pois coinvolge adulti e bambini: un'estetica felice e immediata adottata da Louis Vuitton nel 2023.

LOUIS VUITTON E YAYOI KUSAMA

Per la seconda volta, Louis Vuitton ha invitato l'artista giapponese Yayoi Kusama a sviluppare una nuova collaborazione che amplia quella avviata nel 2012. Il lancio della collezione è al centro di una campagna che ha per protagoniste diverse modelle, da Bella Hadid a Gisele Bündchen. Per rimarcare la collaborazione con la 93enne artista concettuale, anche numerosi negozi del brand sono stati decorati con i pois e le zucche. L'attivazione più colossale è quella di Parigi con il negozio sugli Champs-Élysées, dominato da una replica gonfiabile di Kusama e incrostato di pois colorati. A Milano i pois colorano l'esterno e l'interno del Garage Traversi, nuovo punto di vendita del brand, e a Tokyo un'altra replica di Yayoi Kusama è la protagonista del pop-up store.

MISTAMAN E L'AI

All'interno di questa tendenza, interessante l'ultimo lavoro di Mistaman, un rapper italiano di Treviso, che insieme a un team di artisti ha proposto il nuovo singolo Luce nell'Om-

FANTASMAGORIA



Fonte: Future Concept Lab

SCENOGRAFICA

bra, con un video che è “un trip nel suo inconscio, generato dall'intelligenza artificiale”. Il cantante ha dichiarato di essersi appassionato all'arte auto-generativa creata dall'intelligenza artificiale, ad esempio con il software Dall-E che permette di generare immagini a partire da un testo o anche allargando quadri famosi con l'Outpainting. Mistaman ha dato il testo della nuova canzone in pasto a Midjourney: il risultato è un'esperienza onirica che dà l'idea di un viaggio nell'universo personale dell'artista, coerente con il pezzo musicale e in continua trasformazione visiva. Molto ipnotico e surreale, sembra un'animazione in cui i paesaggi diventano personaggi e poi cambiano di nuovo, in un fluire continuo di nubi, squarci di luce e contesti di ombra. Il valore aggiunto immaginifico dello strumento digitale è potente e sorprende anche in questo campo applicativo della musica.

BURBERRY E LE INSTALLAZIONI DI LAND ART

A novembre e dicembre 2022 Burberry ha proposto due installazioni di land art, sul territorio dell'isola El Hierro, nelle Canarie, e a Overberg, a est di Cape Town in Sud Africa, riproducendo il suo iconico tessuto Burberry Check. Entrambe le location sono state scelte per un legame con la storia del marchio ed entrambe le opere completano la serie di Burberry Landscapes temporanei e site-specific, realizzati in collaborazione con la sua

community di creativi, allo scopo di “completare i paesaggi globali in modi originali attraverso materiali naturali, dimostrando al contempo un impegno continuo nel perseguire pratiche sostenibili”. Sull'isola di El Hierro, la prima isola autosufficiente al mondo che utilizza il vento come principale fonte di energia, l'artista cubano-americano Jorge Rodriguez-Gerada ha utilizzato vernici naturali a base di latte e fiori per creare una versione di 4.500 metri quadrati del classico motivo a quadri sulla scura terra vulcanica. In Sud Africa Burberry ha incaricato degli esperti locali di piantare a mano dei fiori sul prato in una forma simile al progetto di Rodriguez-Gerada. L'impianto misurava 1.064 metri quadrati. Dopo una settimana, il vento e l'acqua hanno disperso le installazioni.

LE CIRQUE DU SOLEIL E IL VIAGGIO FANTASTICO

In una tendenza così ricca di riferimenti fantasmagorici non poteva mancare l'esempio che riguarda la rinascita del circo delle meraviglie: le Cirque du Soleil che ha debuttato nel gennaio 2023 alla Royal Albert Hall con la prima europea di Kurios Cabinet of curiosities. Ambientato all'inizio del XX secolo, racconta il viaggio di uno scienziato, The Seeker (il cercatore) che crede in un mondo invisibile dove tutto è davvero possibile, forse non nel presente, ma nel futuro. Lo show è basato su molte idee steampunk (filone della nar-

rativa fantascientifica che gioca con anacronismi e tecnologie), immaginando “come sarebbe il passato, se il futuro fosse accaduto prima” e -come spiega Rachel Lancaster direttrice artistica di Kurios- “rappresenta l'opportunità di continuare a creare meraviglia”. Lo spettacolo propone una serie di quadri, dalle acrobazie eseguite in sella a una bicicletta sospesa nel vuoto alle quattro contortioniste che realizzano una serie di incredibili figure e piramidi.

IN CONCLUSIONE

Le indicazioni conclusive forniscono la direzione per i prossimi mesi da un punto di vista di comunicazione e marketing. Innanzitutto, stimolare il desiderio di sorprendente unicità attraverso una esperienza caleidoscopica che concilia curiosità e tocco magico mescolando le unità di tempo e di spazio. Occorre, inoltre, trarre ispirazione dalla profondità estetica e simbolica di una scenografia a tutto tondo in cui composizione e rappresentazione si scambiano il ruolo.

Proporre partnership con piattaforme come Midjourney all'insegna dell'apertura immaginativa, a tutto tondo e senza confini, utilizzando l'intelligenza artificiale come amplificatrice fantasmagorica. E, infine, utilizzare la competenza estetica per alimentare desideri personali, piaceri immediati, lavorando sulla potenza dei cromatismi, sulle combinazioni materiche, per esperienze polisensoriali. **M**