

TORINO Alla GAM

Le energie creative di Paolo Icaro

A Torino, negli spazi della GAM - Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea di via Magenta 31, è stata recentemente inaugurata una mostra dedicata a "Paolo Icaro. Antologia 1964-2019", che rimarrà allestita fino al 1° dicembre. Curata da Elena Volpato,

l'esposizione presenta una cinquantina di opere, alcune realizzate appositamente per questo evento. «È una mostra - puntualizza la curatrice nella nota stampa - in cui il percorso tende a compiersi e riavviarsi su sé stesso, nel quale le energie creative vanno esprimendosi in un crescendo in cui ogni seme di riflessione torna a parlare ad anni di distanza con sviluppi di inesauribile vitalità». Le opere create da questo artista, nato a Torino nel 1936 e presente sulla scena espositiva dal 1962, si pongono infatti come elementi materici

che, in modo sempre più concettuale, si rapportano con lo spazio, ora lasciandolo entrare nelle fratture, ora facendosi rimodellare dalla sua luce, in altri casi ponendosi come naturale continuazione. Con catalogo edito da Corraini che raccoglie le foto dell'allestimento. Aperta da martedì a domenica 10-18, lunedì chiuso. Biglietto: solo mostra 5 euro; mostra e collezioni permanenti 10 euro intero, 8 ridotto. Nella foto di Michele Alberto Sereni "Cuborto", 1968.

• e.m.



A NOVARA Originale campagna pubblicitaria per la mostra che aprirà il 23 novembre

Divisionismo, una "story" per incuriosire

Evento organizzato da METS Percorsi d'Arte, Fondazione Castello e Comune

Una campagna di informazione ben organizzata contribuisce in modo molto significativo al successo di ogni manifestazione, soprattutto di quelle culturali, che in passato si rivolgevano ad un pubblico il più delle volte costituito da appassionati ed addetti ai lavori. Fra queste - e forse in modo ancora più esteso - si collocano le mostre d'arte, oggi rivolte ad un pubblico sempre più vasto e variegato: necessitano quindi di campagne di comunicazione non casuali ma puntuali, gradevoli, all'interno delle quali ogni fascia di pubblico si deve sentire catturata, coinvolta, partecipe. Così sta avvenendo a Novara con la campagna promozionale organizzata in occasione della grande mostra "Divisionismo. La rivoluzione della luce", che dal 23 novembre al 5 aprile 2020 sarà allestita negli spazi del Castello Visconteo Sforzesco, curata dalla nota studiosa Annie-Paule Quinsac e presentata da METS Percorsi d'Arte, Fondazione Castello e Comune di Novara. Una campagna che ha stupito per l'intelligenza del percorso di avvicinamento alla data di inaugurazione, fatta di momenti successivi, di sollecitazioni discrete, di continuo approfondimento visivo e culturale, che fino a questo momento non era mai stata utilizzata, diversificata in base agli strumenti oggi in uso, dai social alla carta stampata, come



PER LE STRADE Le differenti versioni della campagna pubblicitaria studiata per la mostra sul Divisionismo

conferma anche l'avvocato Paolo Tacchini il presidente di METS Percorsi d'Arte.

Sicuramente una campagna interessante e non consueta quella messa a punto per la mostra novarese.

«Abbiamo deciso di affrontare un nuovo modo di comunicare l'evento, non aggrestando ma facendo incuriosire le persone. Esponendo i grandi cartelloni in punti strategici della città che ricordano i termini più significativi per la definizione di questo movimento artistico di portata internazionale - e cioè "divisionismo", "rivoluzione", "luce", "colore" - scritti a caratteri cubitali su fondi colorati, abbiamo voluto fissare una prima soglia di approccio per indirizzare il pubblico, non in modo generico ma su ciò che la mostra proporrà,

complici anche le dimensioni dei manifesti. Ma da lunedì (oggi, ndr) i novaresi vedranno altri manifesti, sui quali le parole appena indicate saranno collocate su di uno sfondo costituito da particolari di alcune opere esposte: unica sollecitazione la datazione e il luogo. In questa campagna saranno gli utenti stessi a trovare una propria reazione, che avrà sicuramente diversi gradi di intensità. Sono imput visivi, suggerimenti... Una campagna in divenire, con informazioni sempre più precise, una "story" in corso, che riguarda la città e l'arte e che si concluderà il 23 novembre

con l'inaugurazione della mostra. Anzi dopo aver svolto il percorso espositivo».

E sui social come vi siete relazionati con il pubblico? Ho visto particolari di dipinti particolarmente suggestivi anche in relazione agli eventi quotidiani come l'avvicinarsi dell'autunno o il primo giorno di scuola, interlocuzioni ludiche, giochi visivi con aperture verso il patrimonio d'arte pubblico...

«Anche in questo caso si è voluto creare un canale di comunicazione diretto basato sull'osservazione e sulla potenza visiva delle opere. Nes-

suno può rimanere indifferente di fronte alla resa espressiva dei volti proposti nei particolari pubblicati in rete: si connettono alle emozioni che tutti proviamo. Come per le comunicazioni grafiche, anche in questo caso le proposte saranno continue. Ai giovani teniamo molto: dobbiamo usare il loro linguaggio per far loro varcare la soglia... una volta entrati nelle sale, le opere faranno il resto. Come per la mostra precedente saranno accompagnati da un progetto didattico costruito appositamente».

Vi siete riferiti a modelli di campagne già proposte - ad esempio trovando riferimenti nel film "Tre manifesti a Ebbing" di Martin McDonagh - oppure sarà questa a diventare un esem-

pio?

«Non posso escludere in modo categorico che nel mondo ci possano essere state alcune soluzioni simili a quelle da noi utilizzate. Quello che è subito emerso negli organizzatori, in modo prioritario, è stata la volontà di costruire un rapporto diretto fra la messa a punto della campagna e la mostra, creando in entrambe le situazioni dei focus: i termini e i particolari visivi nel primo caso, sezioni sui singoli artisti in mostra con rimandi concettuali germinati durante la campagna che verranno sicuramente ritrovati nelle opere. Ecco perché la conclusione della "story" avverrà solo al termine della visita, anche se, probabilmente, continuerà negli occhi e nella mente dei visitatori».

• **Emiliana Mongiat**

AL BROLETTO Le opere del pittore Paolo Colombo. Borse di studio con i proventi del catalogo

Apocalisse di San Giovanni, arte e solidarietà

Promozione della cultura e sostegno/diritto allo studio. Sono questi i due aspetti fondamentali che porteranno, il prossimo venerdì 27 settembre, alle 17.30 all'inaugurazione della mostra "Luce e colori dell'Apocalisse di San Giovanni". Ospitata nell'Arengo del Broletto, dove sarà visitabile fino al 27 ottobre, l'esposizione porta la firma del pittore novarese Paolo Colombo, è sostenuta dal Centro Servizi per il Territorio, vede il patrocinio del Comune e, grazie ai proventi della vendita del catalogo, permetterà al gruppo di Volontariato Vincenziano delle Parrocchie Unite Novara Centro di elargire borse di studio a studenti meritevoli, figli di famiglie disagiate. Non solo arte, quindi, per una mostra che è stata presentata dal suo artista come «il ritorno al primo amore - quello per James Joyce - che arriva dopo anni di studio e approfondimenti sulle sue let-



33 I QUADRI Per l'artista novarese che interpreta il testo sacro: in municipio a Novara la presentazione della mostra (foto di Valeria Abate)

ture». Poche le anticipazioni date durante la conferenza stampa di presentazione, lo scorso mercoledì 18 settembre, perché - parole del pittore Paolo Colombo - «vi lascio con la curiosità e vi svelerò ogni cosa

davanti ai quadri». Quadri che, in numero di 33, portano su tela la riedizione narrativa dei 22 capitoli dell'Apocalisse di San Giovanni e che, «attraverso una teoria fatta di colori, segni e forme, trovano una loro

continuità per far restare il fruitore della mostra coerentemente scioccato». E' quanto sostiene don Silvio Barbaglia che, coinvolto in questo progetto dall'artista novarese, terrà due conferenze sul «fascino e follia

di immagini incomprensibili». La mostra porta con sé un altro primato, oltre alla sua originalità e completezza: ogni quadro, infatti, riporta la citazione dell'Apocalisse alla quale ha lavorato Paolo Colombo e i co-

lori da lui usati, per un'offerta didattica che permetterà di fruire dell'astrazione dell'arte che, mai come in questo caso, ha bisogno di una introduzione narrativa.

• **Valeria Abate**