

COMUNE DI PIETRASANTA
Assessorato alla Cultura

COMUNICATO STAMPA

Contatto Stampa: Alessia Lupoli

Ufficio Stampa

Gabinetto del Sindaco

Comune di Pietrasanta

tel. 0584/795219; fax 0584/795269

“Alessia Lupoli” <gabinetto.sindaco@comune.pietrasanta.lu.it>

Mostra: *CONSUMER BLISS*
Artista: Carolyn Chambliss
Inaugurazione: 1 giugno 2002 - ore 18,00
Date esposizione: 1 - 16 giugno 2002
Locazione: Sala dei Putti, Chiostro di S. Agostino, Via S. Agostino, 1, Pietrasanta
Orario apertura: 15,30 – 19,00/lunedì chiuso

L'Assessore alla Cultura, Massimiliano Simoni, ed il Comune di Pietrasanta sono onorati di presentare *Consumer Bliss*, un'esposizione di opere di pittura e scultura dell'artista americana Carolyn Chambliss. La mostra, che si terrà nella Sala dei Putti del Chiostro di Sant'Agostino di Pietrasanta dal 1° al 16 giugno 2002, s'inaugurerà con la partecipazione dell'artista, sabato, 1 giugno 2002 alle ore 18,00.

Carolyn Chambliss è nata negli Stati Uniti nel 1965 e ora vive e lavora a Pietrasanta. Si è laureata in Belle Arti al Macalester College di Saint Paul, Minnesota nel 1986 e ha conseguito un'altra laurea al Fashion Institute of Technology di New York nel 1987; ha inoltre studiato scultura all'Accademia di Belle Arti di Carrara. Ha vissuto e lavorato anche a San Francisco, New York e Parigi. Ha presentato i suoi lavori in diverse mostre personali, tra cui: “La Bottega di Efesto”, Palermo (1989); “H2O” Gallery, Parigi (1990); Gallery “de Verre”, Parigi (1993); “Art-o-Mat”, Pietrasanta (1995); Villa Cuturi, Massa (2001). Ha partecipato anche a numerose mostre collettive: *Super Women*, Gallery “Oz”, Parigi (1992); *Le Sex Fait Son Corp*, Gallery “Peinture Peinture”, Parigi (1993); Palazzo Ducale, Massa (1994); Accademia di Belle Arti, Carrara (1995-96); *Omaggio a Guadagnucci* (a cura di Carolyn Chambliss), Villa Cuturi, Massa (2000); *Americani a Firenze*, Consolato Americano, Firenze (2000); Sotheby's Artlink Auction (2000); Sotheby's Artlink Finalisti (2001); Simposio Internazionale di Scultura, Carrara (2001); *Giorni e Notte di Torano*, Torano (2001); *Metropolis*, Artlink: Giovani Artisti Emergenti, Sotheby's on-line, Tel Aviv e New York (2001); Generazionale, Basilica Paladina, Vicenza (2001); Galleria “Nicola Ricci”, Pietrasanta (2002).

Carolyn Chambliss così espone e divide le sue opere in *Consumer Bliss*:

“*Bliss* - Le ultime cinque lettere del mio nome significano “completa felicità”; cielo, paradiso. La società consumistica brama felicità come una droga, e se non la si può ottenere tramite mezzi naturali, si può sempre ingurgitare una pillola per una felicità chimicamente indotta. Ironicamente, un recente studio americano ha indicato che le “pillole zuccherine” o cosidetti

placebo, sono efficienti nel combattere la depressione quasi quanto droghe commerciali quali lo Zoloft o il Prozac. La felicità del consumatore è come un'iniezione artificiale di felicità, con una durata pari a quella di una qualsiasi utopia.

Dammi un Po' di Zucchero - "Dammi un po' di zucchero", è un altro modo per dire "Dammi un bacio". Nella vita, l'incontrollabile desiderio per la ricerca di cose dolci alimenta la macchina capitalista, e Mao è stato veloce ad etichettare questo ingrediente del capitalismo americano come "pallottole glassate di zucchero". Il consumismo è come un delizioso ronzio di zucchero, una droga luccicante che è già quasi finita prima che il registratore di cassa suoni e che può essere sostenuta solo da ulteriori acquisti.

Sorrisi di Zucchero - *pitture digitali e acrilici su "tele" in pvc, 100 x 100 cm* - Le tele sono quadrate, come zollette di zucchero colorate. Le mandibole di *Pac Man* sono sorridenti e pronte ad aprirsi e chiudersi di scatto, per ingurgitare le pallottole glassate di zucchero. Il sorriso diventa una sintesi di quella euforica qualità da sogno che è l'emblema della cultura pubblicitaria, come la gioventù felicemente abbagliante di Tommy Hillfigger, con coppie sorridenti che saltellano fra le dune avvolte in "rosso, bianco e blu".

La Ricerca della Felicità - *pitture digitali e acrilici su "tele" in pvc, 40 x 40 cm* - Se cerchi la voce "Felicità" sul *web*, puoi trovarla sul portale di Bill Gates *Corbis*. Lì, la ricerca di "felicità" rivelerà immagini banali, che si possono scaricare, quali gli amichevoli indigeni gongolanti, i golfisti saltellanti sotto soffici nuvole bianche, la beatitudine di un Buddha sorridente, un bambino che gioca in un campo di margherite. Si possono scaricare reminiscenze dell'*Utopia* di Sir Thomas More, con le loro virtù naturali come l'innocenza, la semplicità ed il nobile selvaggio.

Amore Bucolico - *pitture digitali e acrilici su "tele" in pvc, 125 x 94 cm* - Scena digitale: i fermo immagine di Pamela Anderson sono stati presi a spezzoni da un CD di Playboy e cristallizzati, rendendola così la musa "dolce-come-lo-zucchero" di un Amore Bucolico vista attraverso chiazze di raggi di sole. Da vicino, lo spettatore è conscio della forma a tessere sulla superficie del dipinto, ogni frammento facente parte dell'insieme. Questo Amore Bucolico, la classica scena di una ragazza in un'ambientazione pastorale, emerge solo a distanza, è amore ad ultima vista. Come un insetto che cede al richiamo di "spazio", i contorni della figura si mescolano con lo sfondo, rilasciando i confini alla propria integrità. Il diagramma prospettico è destabilizzato. L'occhio dell'osservatore è meno padrone di tutto ciò che domina, ma è anche colto in una ragnatela da sogno, una matrice digitale.

Logomania, Sculture Pecora - *sculture di piccole dimensioni in resina bianca* - A primo acchito, queste sculture bianche, prese direttamente da un presepio del XVIII secolo, potrebbero essere una scena di una qualsiasi vetrina di grande magazzino durante il periodo natalizio. Gli acquisti natalizi sono il più importante test "tornasole" sulla confidenza del consumatore, "e se tutto va bene", una "frenesia da marche" ci prende ad un ritmo vorticoso durante il periodo natalizio. Questo gregge è stato blasonato con lusso ed i loghi di mega marche sono stati incisi sul loro pellame, rappresentando ognuno un tipo di vita od un segmento di mercato.

'The Pig Brother' - Il Maiale Fratello: Il Consumatore - *sculture di maiale e prosciutto in resina trasparente, riempite di bottiglie di detergente e giocattoli trovati, in plastica* - Il "super-consumatore" dall'appetito vorace per beni di lusso è un "drogato" delle marche, sempre desideroso, quasi disperato per la prossima dose di beni con logo, monogrammati, contrassegnati da firma, "che-bisogna-avere". Per un americano, il maiale significa scarto, eccesso o lo spendere galloppante, ma "comportarsi come un maiale" ha implicitamente connotazioni sessuali. Il maiale è un animale che è allo stesso tempo divertente, repellente e adorabile. Questo maiale sorridente e le nove sculture di prosciutto ironicamente assumono il loro brillante colorito stile Disney dalle bottiglie scartate di detergente e dai giocattoli infagocitati. Il maiale è associato al numero "5" dal codice di riciclaggio per plastica che non può venire riciclata. "Gastronomia, serviamo il numero 5!".