

SABATO, AGOSTO 31, 2019



la Repubblica
veneta.it
Organo ufficiale di Nuovo Mondo Rovigo



HOME ATTUALITÀ LOCALMENTE COOL TOUR SOCIETÀ OPINIONI ECONOMIA BLOC NOTES VIDEO

SPORT ASSIMPRESA CONTATTI



Prorogata fino al 15 settembre la mostra POP THERAPY

POP THERAPY - Lo spirito rivoluzionario delle figurine Fiorucci.

Da Redazione - 31 agosto 2019 12

CONDIVIDI



Facebook



Twitter



Video

Enzo Jannacci e Paolo Rossi - "I soliti accordi"

Redazione - 31 agosto 2019



Economia

Fisco: in arrivo 800mila cartelle di pagamento

Redazione - 31 agosto 2019

La pausa estiva è ormai un ricordo per molti, anche per il Fisco, che dopo la tregua di ferragosto ha ripreso ad inviare le cartelle di pagamento. In particolare l'Agenzia...

La mostra **POP THERAPY**. Lo spirito rivoluzionario delle figurine Fiorucci, che rende omaggio al genio eclettico di Elio Fiorucci, è stata prorogata fino al 15 settembre 2019.

L'esposizione, curata da Diana Baldon e Francesca Fontana, **indaga il fenomeno Fiorucci' attraverso 200 figurine** che compongono l'album **Fiorucci Stickers**, pubblicato nel 1984 dalle **Edizioni Panini**.

Già dalla confezione, l'album si presenta in modo assolutamente innovativo: non una pubblicazione sfogliabile ma un raccoglitore di colore rosa fucsia e giallo fluo, richiudibile mediante un bottone calamitato, al cui interno si trovano 28 schede mobili su cui attaccare le figurine. La flessibilità che lo caratterizza è strumentale per consentire all'utente di esprimere la propria creatività e mettere alla prova la propria fantasia.

All'epoca della pubblicazione, le figurine erano considerate veri e propri oggetti di design, utilizzabili per decorare diari, motorini, ante di armadi, uno dei tanti linguaggi espressivi con cui si esprimeva la cosiddetta 'Fioruccimania'. Una vera e propria opera in stile Fiorucci che ebbe uno straordinario successo, con oltre 25 milioni di bustine vendute, pari a 105 milioni di figurine, ed è stato uno dei rari esempi di recupero del ruolo pubblicitario della figurina.

Il percorso espositivo, organizzato in sezioni, ricalca la divisione tematica dell'album **Fiorucci Story** propone alcune delle immagini più iconiche del marchio, dai celebri candidi angioletti elaborati dal grafico Italo Lupi nel 1970, alle sfrontate e provocanti campagne pubblicitarie incentrate sulla nudità del corpo femminile concepita da fotografi e grafici come Oliviero Toscani e Augusto Vignali. **Electron** rivela dischi volanti, circuiti, robot, videogames che sembrano fuoriusciti dal canale televisivo MTV; **Pin Up** propone gli stereotipi di donne sensuali e ammiccanti "made in USA"; **Dance** è un compendio della storia del ballo; **Romance** è incentrato sull'amore e la passione, con citazioni di vecchi film e fumetti rivisitati in chiave pop; **Swim**, infine, celebra la vita in spiaggia e i costumi da bagno.

La mostra si conclude con una sezione dedicata ai negozi Fiorucci, la cui realizzazione era generalmente affidata a importanti architetti e designer quali Amalia Del Ponte, Ettore Sottsass, Michele De Lucchi, Franco Marabelli e Andrea Branzi. Sono esposti studi e progetti degli spazi e dell'arredamento, nonché alcune fotografie dei punti vendita, tutti provenienti dallo CSAC - Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell'Università di Parma.

La rassegna è arricchita da una selezione di oggetti quali abiti, accessori, scatole in latta e riviste d'epoca concessi in prestito da collezionisti privati.

Completa il percorso, l'installazione di **Ludovica Gioscia** (Roma, 1977), le cui opere risultano fortemente influenzate dalla cultura e dalla società degli anni '80. Gli oggetti e i movimenti del periodo, che hanno avuto un impatto indelebile sulla sua formazione, si ripresentano nelle sue sculture e installazioni. Modelli grafici, tessuti, frammenti di diari personali, carte da parati, una serie dei suoi *Portals* appesi al soffitto e i *Mad Lab Coats* affiancheranno le figurine e i materiali di Fiorucci per creare un ambiente suggestivo, di forte impatto visivo. Ponendo l'attenzione sul pattern come elemento-chiave della figurazione degli anni ottanta, Ludovica Gioscia sottolinea come l'interesse per la moda e il design non riguardi soltanto la sfera d'espressione creativa ma la dinamica di un mondo industriale consumistico all'interno del quale moda e design dettano qualsiasi codice, da come ci si muove a come ci si rapporta alle cose. Nel 2010 l'artista ha creato l'*Archivio Paninaro*, al quale si è ispirata per una selezione di documenti archivistici pensati per cogliere legami con l'album Fiorucci e con il periodo storico in cui esso è stato prodotto, e realizzare una sorta di *Wunderkammer* ricca di riferimenti all'immaginario Fiorucci e agli anni in cui esplodeva il fenomeno.

Il titolo dell'installazione ***It's Everything I've Always Wanted, All Plastic*** è una citazione di Andy Warhol in riferimento al negozio Fiorucci di New York.

POP THERAPY è realizzata in collaborazione con Ca' Pesaro Galleria Internazionale d'Arte Moderna di Venezia - Fondazione Musei Civici di Venezia.

POP THERAPY. Lo spirito rivoluzionario delle figurine Fiorucci

Modena, Museo della Figurina, Palazzo Santa Margherita (corso Canalgrande 103)

9 marzo - 15 settembre 2019

ASSIMPRESA

LA FINANZA DOMANI: MAI DA SOLI

Redazione - 19 gennaio 2019

0

Guardando indietro al 2018, quello che sta per volgere al termine è stato un anno di continua crescita per gli utili delle società europee,...

Carica altro



Orari di apertura

Giovedì-domenica 17-22

Durante festival*filosofia* 2019

Venerdì 13 settembre: 9-23

Sabato 14 settembre: 9-24

Domenica 15 settembre: 9-21

Ingresso

Intero: €6,00 | Ridotto: €4,00

Nelle giornate del festival*filosofia*: ingresso libero

Informazioni

Tel. +39 059 2032919 | www.fmav.org

Ufficio stampa FONDAZIONE MODENA ARTI VISIVE

Irene Guzman | T. +39 349 1250956 | i.guzman@fmav.org

Download press kit fmav.org/press-area/

Ufficio stampa

CLP Relazioni Pubbliche | Stefania Rusconi | tel. 02.36755700

| stefania.rusconi@clponline.it | www.clp1968.it

CONDIVIDI



tweet

ARTICOLI CORRELATI

ALTRI DI QUESTO AUTORE



The Venice Glass Week

MOTION: Transformation
35esimo Congresso Mondiale di
Storia dell'Arte

VENDEMMIA 2019: ANCHE NEL
VENETO SI SCOMMETTE
SULL'ALTA QUALITÀ, MENTRE
CALA LA QUANTITÀ

LASCIA UN COMMENTO

Commento: