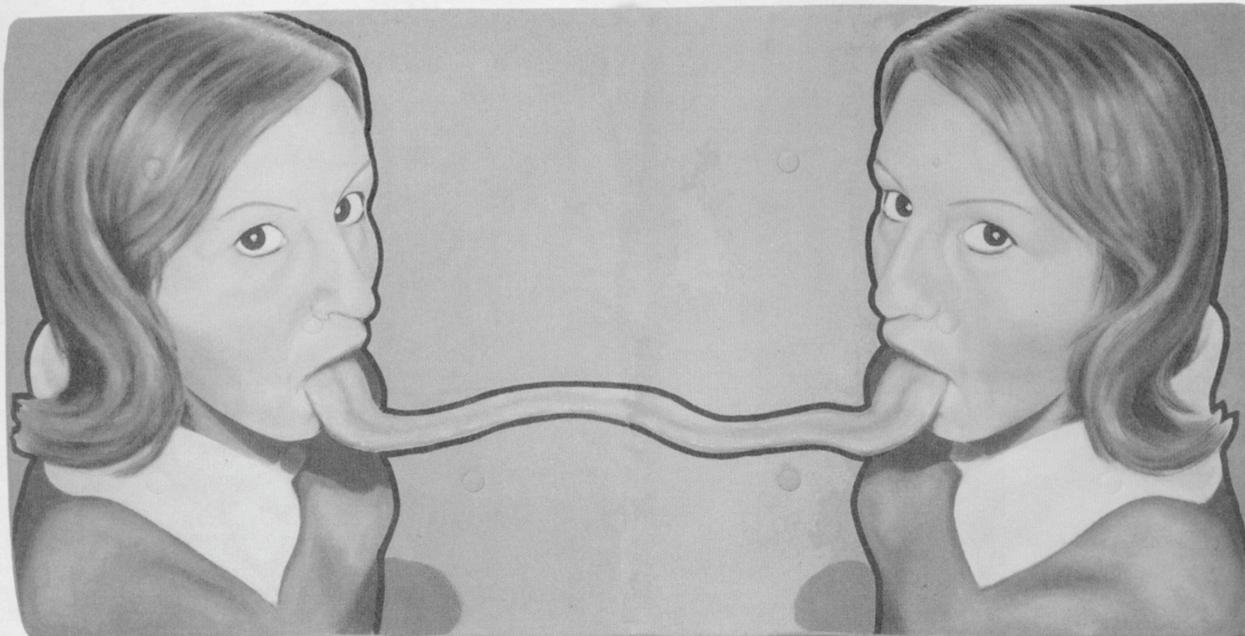


# CARLO GALFIONE

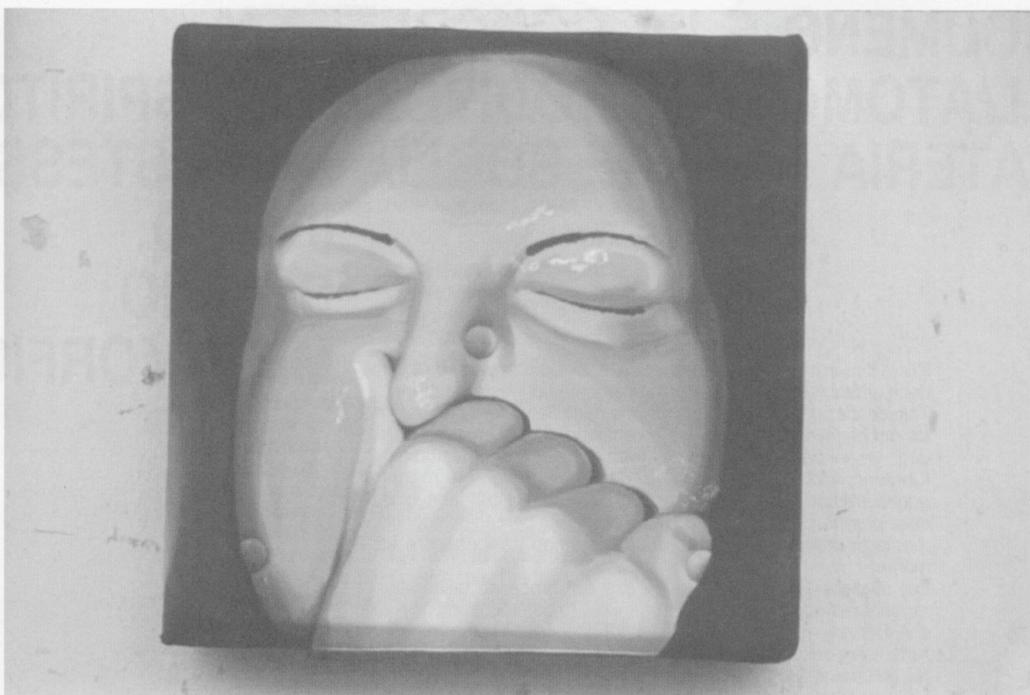


Nelle note al libro *La mostra delle atrocità*, James G. Ballard racconta come la moglie di un noto chirurgo plastico di Beverly Hills avesse rivelato in televisione che, per tutta la durata del loro matrimonio, lui le aveva costantemente modificato viso e corpo. La signora concludeva dicendo: "non mi lascerà mai, perché può cambiarmi quando vuole". Secondo Jean Baudrillard è in effetti il corpo il solo oggetto sul quale oggi "valga la pena di concentrarsi, non come fonte di piacere ma come oggetto di infinita sollecitudine". Intercambiabile e perfettibile ma sempre inferiore, nel suo essere "biologico", alla propria immagine, rimane l'ultima frontiera tangibile prima della smaterializzazione (digitale, telematica) del reale. Al modello anoressizzante proposto dai media, che asseconda la trasformazione del corpo in pura apparenza, vediamo opporsi, per eccesso, l'iperfemminilizzazione degli attributi (smaterializzazione *versus* ipertrofia), secondo un modello che definirei *russemeriano* (il riferimento è al regista cinematografico statunitense Russ Meyer e alle sue eroine, le potentissime *vixens*). Un modello di femminilità assoluta che non a caso corrisponde a quello adottato dai transessuali). Parlo del corpo femminile poiché manca (forse ancora per poco) un adeguato corrispettivo maschile. La tematica del "corpo" rappresenta senz'altro uno dei ritorni più significativi nella produzione artistica degli ultimi anni, dopo le esperienze della Body Art negli anni Sessanta e Settanta, nella sua nuova accezione *post-umana*, o meglio, *post-organica*. La sfida di Carlo Galfione è quella di frequentare argomenti, di solito trattati attraverso la *performance* o la fotografia, operando con la pittura, nella quale l'uso del corpo non è mai stato una novità. Carlo Galfione è un giovane pittore che opera a Torino dal 1993 e ha da poco intrapreso l'attività espositiva. Un artista cresciuto, come molti della sua generazione, assorbendo influssi che trascendono l'ambito delle arti visive. Benché senza paternità dirette, il lavoro di Galfione risente del tipico "clima" della scena artistica torinese. Parlando di scena pensiamo agli antecedenti prossimi in pittura, sicuramente importanti nella sua formazione (un po' troppo genericamente assimilati a un contesto "mediale", pre-

*Senza titolo*, 1997, acrilico su materasso, cm. 200 x 100 (Courtesy Galleria En Plein Air, Pinerolo - Torino)



figurandone la sommaria liquidazione sull'altare delle mode), ma soprattutto ai gruppi musicali (dai capostipiti Africa Unite e Mau Mau in poi). La punta di un iceberg creativo, definita dal critico musicale Gabriele Ferraris *Mole Connection*, che ha contribuito in maniera rilevante a liberare Torino dall'immagine di città industriale dura e, in fin dei conti, mortalmente noiosa. Il rapporto, oggi spesso evidenziato, tra la giovane generazione di artisti italiani (specie pittori) e altre discipline, musica e letteratura in testa (Luca Beatrice da tempo insiste su questo argomento) è segnale di una nuova sensibilità onnivora, all'interno della quale la storia dell'arte, quando contemplata, non è che una delle parti in causa (aspettiamo con fiducia che le arti visive diventino prima o poi motivo di interesse anche per le altre arti, invertendo un processo di assimilazione che al momento ci sembra andare in un'unica direzione). Il tema del corpo, nel lavoro di Galfione, non è quindi che un pretesto. La "carne" non lo attrae quanto la sua rappresentazione. L'inquietante "normalità" della variazione chirurgica del corpo, a partire dalle più banali operazioni odontoiatriche, costituisce lo spunto per la costruzione di un personale catalogo di "possibilità estetiche". Un catalogo percorso da inquietanti mutazioni morfologiche, da anomali virus simili a quelli che compaiono sullo schermo del nostro computer più che ad agenti patogeni. Agli stupefacenti risultati della chirurgia estetica Galfione antepone gli effetti collaterali. Benché questo terreno operativo evochi per sommi capi la degenerazione spettacolare del corpo di Orlan, ci sembra tuttavia che sia piuttosto suggerito, per usare un facile gioco di parole, da modelli spettacolari di degenerazione. Dai paleo-innesti mammari al silicone di alcune pioniere della chirurgia estetica, come la prima Superstar della Factory di Warhol Edie Sedgwick, o la storica pornostar Linda Lovelace fino agli zigomi di Mickey Rourke, alla pelle di Michael Jackson e all'ombelico di Cher, per citare alcuni conclamati esempi più o meno attuali. Partito dalla semplice constatazione che, tra i "sogni che il denaro può comprare", il miraggio di un corpo perfetto è ormai tra i più accessibili, Galfione sottolinea come l'adesione a uno stereotipo fisico spesso metta in secondo piano, o addirittura cancelli, l'aspetto chirur-



1

gico (lesivo, doloroso, dai risultati talora imponderabili) delle operazioni che a esso conducono. I suoi riferimenti iconografici sono desunti, rovistando nel *trash* pubblicitario (forte di una tradizione ormai secolare), tra gli annunci dei rotocalchi popolari che promettono, per modiche cifre e altrettanti sforzi, fisici da copertina (a rate: il petto, le cosce, i glutei...). La credibilità di questi messaggi elementari non è affatto in discussione. Galfione non inscena una moralistica quanto ovvia stigmatizzazione, subendo invece il fascino della loro rudimentale capacità di presagire il desiderio. Per Galfione la riflessione sul corpo come palinsesto incerto, manipolabile non in senso strettamente fisiologico, si combina in maniera inestricabile con l'idea di consumo. Il titolo del suo più recente ciclo di opere è infatti *Supermarket*, il luogo del desiderio per eccellenza, ovvero il "non-luogo" che assume il valore di metafora del nostro tempo e della nostra organizzazione sociale (nel film *Zombi (The Dawn of the Dead)*, di George Romero, il supermercato conteneva retoricamente tutto il genere umano). Il supermercato è assunto da Galfione, più interessante ed efficace del sistema dell'arte, appunto come sua metafora. I dipinti di Galfione sono pensati come oggetti (*shaped canvas*), addirittura praticabili (cuscini, materassi). *Friendly*, e tuttavia ambigui (muri di gomma dove sbattere la testa). L'equazione "opera d'arte = prodotto" diviene motivo conduttore di estreme strategie mercantili. A fianco della normale produzione pittorica Galfione ha infatti avviato una "linea" di *merchandising* ironicamente autopromozionale. Dapprima multipli miniaturizzati di quadri, ordinati in espositori simili a quelli dei generi alimentari da banco e in seguito barattoli tipo quelli dei pelati (volgarizzazione consumistica di alti storici conseguimenti, dall'aria parigina di Duchamp alla merda di Manzoni, ai quali è seguita, fatte le dovute proporzioni, una consolidata tradizione) proposti secondo un concetto di allestimento a metà strada tra l'installazione e l'offerta speciale. Il contenuto dei barattoli non è dichiarato. L'invito sottinteso allo spettatore è quello, ammiccante, riportato sui fantomatici "occhiali a raggi X" (sogno proibito di ogni ragazzino pre-pubere), rivolto allo stolido ottimismo dell'incauto acquirente: usa l'immaginazione!

LUISA PERLO

1. *Senza titolo*, 1997, acrilico su tela, cm. 60 x 60
2. *Senza titolo*, 1997, acrilico su tela, cm. 70 x 50 (Courtesy Galleria En Plein Air, Pinerolo - Torino)

2

