ARACNE

Iscritta nel Pubblico Registro della Stampa del Tribunale di Rimini: n° 11 del 24-05-201

ISSN: 2239-0898

www.aracne-rivista.it
2012 – 2021 Artisti Fuori

Artisti Fuori

Cartoline dal folclore contemporaneo: l'opera di Giulio Zani[1]

di Sara Ugolini

Giulio Zani nasce a Paternò, in provincia di Catania, nel 1946. Nel 1975 si trasferisce a Gatteo, in Romagna. Lavora come operaio, un periodo come guardiano, coltivando parallelamente, da autodidatta, la pittura. Nel corso degli anni ottanta partecipa ad alcuni concorsi, a Piacenza, Cervia, Bologna, e riceve diversi riconoscimenti e segnalazioni, spesso inquadrato nella sezione "arte naif". In questa prima fase della sua produzione pittorica il motivo autobiografico si alterna a tematiche tratte dai casi di cronaca e dalla politica.

[1] Colgo l'occasione per ringraziare Rosita Lappi e Chiara Sepe per la disponibilità. Senza il loro intervento non avrei conosciuto Giulio Zani e avuto la possibilità di stendere questo testo.

ARACNE

Iscritta nel Pubblico Registro della Stampa del Tribunale di Rimini: n° 11 del 24-05-201

ISSN: 2239-0898

www.aracne-rivista.it
2012 – 2021 Artisti Fuori

Nel 1992 Zani si ammala e smette di dipingere per riprendere l'attività più di dieci anni dopo, intorno al 2006. La sua opera, in modo più palese che in passato, si rivolge alla quotidianità domestica, ai pochi metri di strada che costeggiano casa, ai luoghi del quartiere, mentre è il mezzo televisivo ad assicurargli un'apertura, anche pittorica, sul mondo esterno[2].

Temi

Quella del diario visivo è certamente la formula che meglio descrive il lavoro del pittore, ed è lo stesso Zani, che di solito fa ampio ricorso alla scrittura, a esplicitarlo spesso all'interno dei dipinti. La sua narrazione include generi tradizionali e motivi più insoliti. Ricorrono per esempio le nature morte, tavole imbandite con pietanze cucinate, assieme a ortaggi freschi e prodotti in scatola della grande distribuzione, riconoscibili dalle etichette in evidenza. Sono testimonianze di pasti particolarmente memorabili, che con la loro varietà e colori vivaci sembrano

veicolare, come in una campagna o spot pubblicitario, un messaggio, investendo gli alimenti di un significato ulteriore, collegandone la presenza al senso di un agio economico, di un'armonia domestica.

[2] Alla fine degli anni 2000 Zani ha pubblicato una serie di inserzioni pubblicitarie su un quotidiano locale presentandosi come "pittore naif".

La ritrattistica rappresenta un altro ampio versante del lavoro dell'autore: autoritratti, ritratti della compagna Virginia, di modelli anonimi, di frequentatori di bar e abitanti del quartiere, di personaggi pubblici locali e nazionali, politici, attrici, conduttori televisivi.

Seguono personificazioni in vesti femminili, scene sacre, eventi sportivi, scorci di parchi condominiali, e tutta una serie di motivi ripetuti, estrapolati dal suo repertorio e assemblati in composizioni riconducibili alla volontà di Zani di dichiararsi artista, di promuovere il proprio lavoro creativo.

Crea e vieni riconosciuto

Eugene von Bruenchenhein, un ormai celebre personaggio del Wisconsin tanto creativo quanto bizzarro che tra gli anni quaranta e cinquanta del secolo scorso fece suo il motto "crea e vieni riconosciuto", rappresenta una specie di anomalia nella casistica relativa agli artisti cosiddetti outsider. Di questi ultimi infatti si sottolinea spesso la priorità che assume il processo

creativo rispetto all'oggetto finito e talvolta la riluttanza nel mostrare e nel far conoscere il proprio lavoro artistico, fino a casi di occultamento o addirittura distruzione delle opere. Per Zani, non molto diversamente da Bruenchenhein, la volontà di riconoscimento è invece un richiamo costante, che si

concretizza in materiali concepiti per dare visibilità, destinati ad essere affissi su finestre, porte, spazi domestici e luoghi pubblici. Le immagini prodotte a questo scopo sono varie: manifesti – messaggi e appelli a visitare la "mostra permanente" che da anni è allestita nel suo spazio domestico – corredati da recapiti telefonici, timbri, attestati; fogli densi di scritte in cui compare anche l'autore munito di tavolozza e intento a dipingere; infine pannelli più complessi in cui il testo è inframmezzato da brani pittorici e fotografie delle opere stesse.

Il personaggio col cappello viola e le camicie sgargianti che spunta deciso dai quadri non è affatto diverso dalla persona che ci si trova davanti quando lo si incontra. Del resto è impossibile, nel caso di Zani, pretendere di separare l'uomo dalla vocazione artistica, a partire dall'abbigliamento. Ciò perché come illustri colleghi, il caso più emblematico è senza dubbio Salvador Dalí, Zani indossa abiti che non fanno passare inosservati: un cappello decorato da cowboy e t-shirts personalizzate attraverso disegni e scritte che omaggiano la città di Gatteo, alludono alla sua attività

e reclamizzano il suo spazio espositivo. Come i lavori di intento promozionale vengono considerati dal pittore opere d'arte a tutti gli effetti, la sua identità d'artista, attraverso l'abito, emerge strettamente legata, oltre che naturalmente all'esibizione del talento pittorico, all'esigenza di una pubblicità mirata e anche mobile al lavoro creativo, considerando che Zani indossa questi vestiti quotidianamente, sia a casa sia quando esce per commissioni o per svago.

Alle immagini esplicitamente promozionali poi si aggiungono, e talvolta si sovrappongono, quelle che hanno a che fare con il motivo[3] dell'incomprensione e del rifiuto, che Zani dichiara di avvertire allo stesso tempo sul piano umano e artistico. Per dar voce alla sua delusione Zani può rappresentare un cuore mistico circondato di preghiere e frasi che sottolineano il suo senso di

[3] Non tanto dell'abbigliamento quanto del suo modo particolare di acconciarsi i baffi proprio Dalí ripeteva: "Questi baffi finiranno per sfondare […] La mia strategia mi procura innumerevoli scritti sulla mia personalità" (S. Dalí, *Diario di un genio*, tr. it Serra e Riva, Milano 1981, p. 47).

persecuzione, oppure se stesso in croce come Cristo martire, rinverdendo un topos sviluppato dagli artisti tra la metà dell'Ottocento e il Novecento inoltrato, in cui l'esigenza della denuncia trova un efficace correlativo nell'immagine retorica del sacrifico divino. Ed è sempre difficile – sia nel caso di Zani sia di autori celebri che, come Gustave Courbet, Kokoschka, Cocteau, hanno insistito su questo motivo – distinguere quanto di vero, di vittimistico e in parte anche di strumentale ci sia in questo appello[4].

Rimane che tale dimensione polemica, che ha dunque un particolare riscontro tra gli artisti, prende forma nel caso di Zani anche in rappresentazioni singole di bocche aperte che occupano il foglio o si posizionano attorno agli autoritratti. Si tratta – suggerisce l'autore – di simboli del parlare malevolo e calunnioso di cui si sente oggetto, simboli che una volta riprodotti possono funzionare come feticci magici, formule protettive.

[4] Sul senso di isolamento e persecuzione avvertito dagli artisti, trasposto spesso nell'immagine di Cristo martire o più genericamente nell'autoritratto come uomo ferito, rimando al mio testo *Nel segno del corpo. Origini e forme del ritratto "ferito"*, Liguori, Napoli 2009, p. 101 e sgg.

Brutto fuori bello dentro

L'ultimo atto della strategia di Zani è stata l'apparizione televisiva all'interno di un programma di un canale regionale che un po' come un'emittente radiofonica manda in onda i brani e le dediche degli ascoltatori che telefonano in regia. Zani è da anni in contatto con la conduttrice ed è stato recentemente invitato in studio a presentare i suoi lavori. La sua non è stata un'incursione

artistica; per uno che come lui ha una precisa consapevolezza del potere del medium televisivo, della sua efficacia, si è trattato semmai di cogliere l'occasione per mostrare se stesso e il suo lavoro. Anche perché la tv, più che un oggetto problematico, è per l'autore un serbatoio inesauribile di soggetti e motivi che, dopo avere fotografato con la sua macchina compatta, assimila e reinterpreta. Prima che altre produzioni televisive sono gli spot commerciali a interessarlo e per esteso tutta la pubblicità, dalle fotografie sulle riviste cartacee alle affissioni dei supermercati e delle feste paesane. Anche la parte testuale dei messaggi pubblicitari ispira l'autore: possono essere slogan che Zani ricalca fedelmente, oppure che vengono trasformati o inventati dando origine a un personale repertorio: "Brutto fuori bello dentro", "la borsa mia porta la spesa a casa mia" "la tua Romagna è la tua storia"… Testi mescolati a dediche, preghiere e a più espliciti appelli promozionali che rispecchiano, nella disposizione nello spazio del foglio, nella scelta dei colori e delle dimensioni variabili, l'attenzione e la cura per gli aspetti propriamente iconici della composizione.

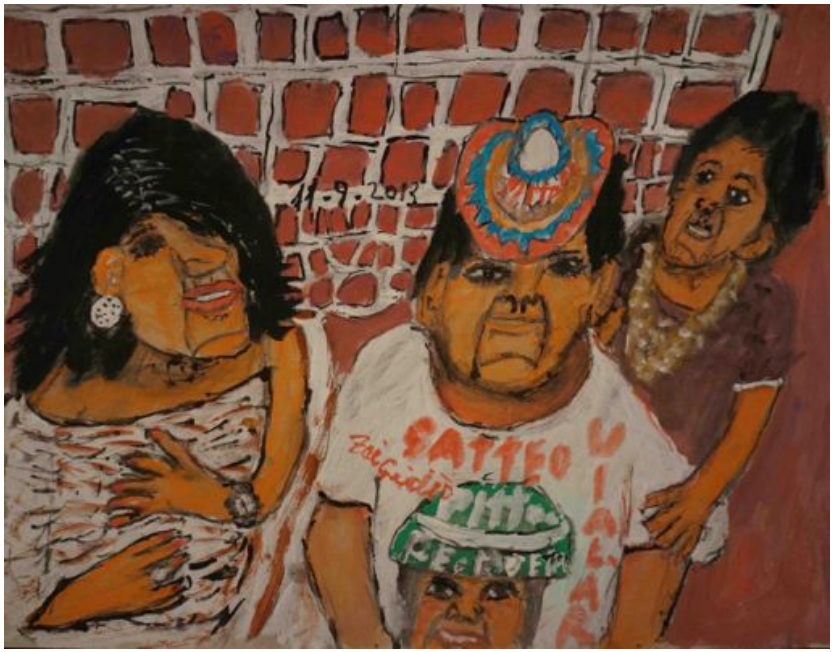
E poi gli occhi, presenze disseminate in molti disegni, che rappresentano un invito all'osservazione, che generano incroci di sguardi e contengono, non molto diversamente dalle bocche dipinte, una velata funzione apotropaica.

La ridondanza è un ulteriore tratto che accomuna Zani e la struttura del messaggio pubblicitario. Una ridondanza che nella pubblicità non si esprime soltanto nella sua capillare diffusione ma nella moltiplicazione e disseminazione, sullo stesso manifesto per esempio, di elementi che identificano il prodotto e che nel caso dei dipinti si traduce in una serie di dati che fanno riferimento all'autore: il ritratto fotografico in formato tessera del pittore posto non di rado al centro della composizione, la firma, poi il timbro con gli estremi anagrafici e l'indirizzo di casa e all'occorrenza qualsiasi altro documento che legittimi e garantisca, sembra quasi anche sul fronte giuridico, l'autorialità, come dire il "marchio di fabbrica".

È una sorta di comunicazione persuasiva, di nuovo non troppo distante da quella pubblicitaria, che si osserva nei dipinti di Zani, un insieme di tecniche miranti a mobilitare sul piano emotivo il riguardante. E questo non soltanto perché, tramite la formula

diaristica, l'osservatore viene messo al corrente delle vicende private dell'artista, ma perché è in un dialogo fitto e coinvolgente che si trova coinvolto. Zani chiede infatti al suo interlocutore di prendere posizione, di schierarsi a favore del pittore perseguitato, di fidarsi della sua buona fede. E in compenso Zani lo ripaga chiamandolo talvolta in causa nel dipinto, citandolo addirittura per nome – per esempio accanto alla descrizione di una tavola imbandita – come destinatario di un messaggio beneaugurale o di una promessa di invito.

A sollecitare una comunicazione intensa è infine anche il dipinto che commemora la performance televisiva dell'artista: circondato da donne protettive e adoranti, Zani guarda dritto in camera, come a voler affrontare il pubblico, sfidandolo a gioire per il suo successo oppure, perché no, a rammaricarsi per la sua riuscita.



È questa un'opera esemplare perché spinta autobiografica e passione per l'immagine televisiva coincidono, e Zani diventa d'un tratto parte integrante di quel *folclore industriale* che la sua pittura celebra, tradendone l'attualità[5]

[5] Il concetto di *folclore industriale* viene introdotto da Marshall Mc Luhan nel libro del 1951 dal titolo *The Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man*. Con esso l'autore si riferisce al olclore che caratterizza la società di massa e viene alimentato dalla pubblicità e dalla segnaletica comunicazionale.

Iscritta nel Pubblico Registro della Stampa del Tribunale di Rimini: n° 11 del 24-05-201

ISSN: 2239-0898

Immagini

Opere di Giulio Zani.

Pag. 7 a destra - puntata del 12 settembre 2013 del programma "Scacciapensieri" (still).

Le fotografie dei dipinti sono state realizzate da Nicola Cameruccio.

Sara Ugolini insegna in una scuola superiore di Bologna. È dottore di ricerca in Storia dell'arte e si occupa da anni di Outsider Art. Sull'argomento ha tenuto corsi di formazione, ideato mostre e curato progetti editoriali. Tra le sue pubblicazioni *Nel segno del corpo. Origini e forme dell'autoritratto ferito*, Liguori, Napoli 2009. Nel 2015 ha curato il volume *La via più breve non è quella retta. Percorsi nell'outsider art*, l'Harmattan Italia, Torino 2015. Nel 2018 è stata tra i curatori del convegno "Into the Wild. Percorsi nell'Art Outsider e Contemporanea". Di recente, all'interno della rivista «Psicoterapia Psicoanalitica», edita da Franco Angeli, ha pubblicato l'articolo *Usi e abusi del trauma nell'arte irregolare*.

saraugolini.bo@gmail.com

Pubblicato nel 2012 e 2021

ARACNE
www.aracne-rivista.it
info@aracne-rivista.it
https://www.facebook.com/aracnerivista
https://www.instagram.com/aracnerivista/

ARACNE è una rivista iscritta nel Pubblico Registro della Stampa. Ha il codice ISSN 2239-0898 e rientra tra le riviste scientifiche (Area 10) rilevanti ai fini dell'Abilitazione Scientifica Nazionale (ASN).
© **Informazioni sul copyright**: tutti i diritti relativi ai testi e alle immagini pubblicati su ARACNE sono dei rispettivi Autori. Qualora il copyright non fosse indicato, si prega di segnalarlo all'editore (info@aracne-rivista.it). La riproduzione parziale o totale dei testi e delle immagini, anche non protetti da copyright, effettuata da terzi con qualsiasi mezzo e su qualsiasi supporto atto alla sua trasmissione, non è consentita senza il consenso scritto dell'Autore.