



OC PBDM

Officine Creative Proviident® Bergamo Della Musica

THE PATCH HORSE

PRESENTA:

DISCULTURE

Introduzione

Quante ore avete passato in un negozio di dischi?
Potete calcolare quante copertine avete visto e osservato?

Col definitivo affermarsi del download, fra non molto tutto ciò sembrerà strano, ma è proprio dalle copertine - dei vinili prima e del compact poi - che noi tutti (consciamente o meno) abbiamo scelto la musica che volevamo, prediligendo un modo di essere su un altro, una simbologia piuttosto che un'altra.

E se ci pensiamo, la scelta stessa di acquistare questa o quella copertina era, ancor prima della musica che la sottende, un atto non molto distante dall'identificazione che porta diretti a quel "chi" volevamo essere o quel chi desideravamo che ci rappresentasse in un preciso momento storico, sociale e emotivo.

Le cover hanno segnato la fortuna e la sfortuna del successo di migliaia di gruppi, specie indipendenti, locali, sconosciuti.

Quanti gruppi "metal" sono diventati famosi per la truculenza, la "truzzaggine" delle copertine?

Qual è stato il valore aggiunto, in termini di immaginario, di significati e di appartenenza, per quel musicista che si è fatto fotografare di spalle vestito di bianco con quel missile conficcato nella sabbia?

E quei jeans con la zip apribile? I chili di carne ammassata?
Il collage di frigorifero, abatjour e aspirapolvere?
Il ciccione nudo in mezzo alle pecore?

La storia della musica popolare è piena zeppa di esempi di cover belle e soprattutto brutte, figlie di quei geni che le hanno sapute sfruttare e di quegli ingenui che ne hanno fatto un pessimo uso. Eppure, tanto per gli uni quanto per gli altri, la copertina, più che mero appendice della musica che conteneva fisicamente, è sempre stata parte fondante del prodotto musicale.

Prima ancora di farsi arte, organizzazione sonora bella o brutta, la musica è quel qualcosa di tangibile che sta sugli scaffali di un negozio: è in questa veste che per tanti anni si è presentata la produzione musicale ed è quell'involucro che vogliamo esaltare prima che internet e il download sleghino per sempre questo matrimonio.

Ecco a voi uno studio sulla copertina come scatola, come contesto, come forma, come oggetto parlante, come segno del suono in essa contenuto.



La Mostra

La mostra è una raccolta di copertine di LP (circa 50) e descrivono identità musicali, più o meno nascoste, dei singoli artisti: un microcosmo di idee e filosofie contemporanee appartenenti alla musica, o perlomeno riscontrabili all'interno di questa.

la scelta delle 50 cover Nell'immenso universo musicale è stimolata da motivazioni riconducibili a sei principali filoni di ricerca:

- 1 L'io (cosciente /incosciente)
- 2 Facebook
- 3 Il Mondo
- 4 Green
- 5 Arte
- 6 Buio

La "compilation", così organizzata, di copertine virtuali attraverserà l'Italia seguendo un itinerario destinato a far tappa in alcune delle maggiori città della penisola.





Il catalogo

La mostra è accompagnata da un catalogo in formato DVD nel quale sono contenute le immagini delle copertine e la registrazione di una trasmissione radiofonica che traccia le linee di senso della "compilation".

Programma radiofonico

RI - COPRIRE AD ARTE

a cura di Giovanni Josue

Il rapporto che lega la creatività applicata al prodotto :

il disco come oggetto di vendibilità può veicolare contenuti artistici che travalicando o integrando l'aspetto meramente musicale rivendicano autonomia di ispirazione?

A partire dalla FACTORY di Andy Warhol è possibile tracciare una linea di evoluzione / involuzione che approcciando l'idea di creazione ha "disegnato" tendenze e mode musicali e ha influito nell'impatto di queste sul mondo giovanile ?

Il rock , il progressive, il glam , il metal ,il punk , la new wave ... hanno agito in virtù di una iconografia pensata di volta in volta da artisti o designers ?

Quando negli anni cover e contenuto musicale hanno sintetizzato al massimo unicum ?

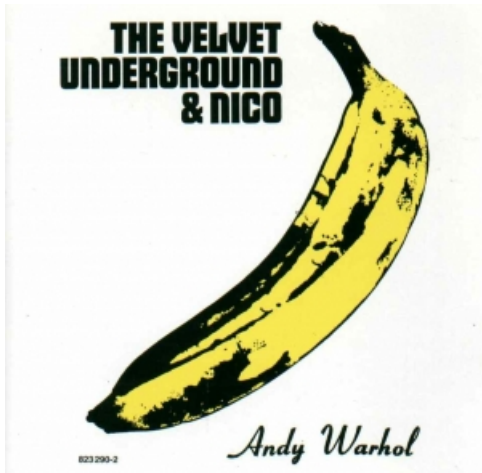
Quali anni hanno saputo vestire al meglio il senso di concept – album ?

I nostri anni hanno raccolto un'eredità ?

Oggi ,all'interno della costruzione di un "prodotto" discografico , entra arte figurativa ?

Gli interventi saranno stimolati dall'ascolto di dischi e dalla visione di copertine che toccano e hanno toccato punti fermi nell'idea di rappresentazione della musica; dalla considerazione di cataloghi discografici che nel tempo hanno agito da compilazione antologica dalla individuazione di artisti che nel costruire una carriera hanno sempre prediletto anche il fattore visivo





La Performance

La ricerca sulla compilation visiva, si trasforma in una performance dedicata al **BALLO ED AL MOVIMENTO**; in cui il dj adopera la compilation,così strutturata, come canovaccio per liberare la sua poeticità e ricerca musicale.

L'ambiente circostante, sarà invaso anche dalla poesia...videoproiettori diffonderanno frasi, tutte attinenti alla descrizione della musica, da parte di artisti e filosofi dall'antica Grecia ai più dei moderni simposi.

La scelta di una location per realizzare un evento musicale, a volte coincide con la necessità di spazio per accogliere un palco adeguato, con rispettivo impianto audio,luci ed un backstage.

“DIS.COLTURE” invece **si adegua** a qualsiasi spazio con la filosofia di **Ri-Utilizzare** le strutture già esistenti sul luogo...la creatività al servizio dello spazio.

RIUTILIZZO è ECONOMIA = NO SPERPERO

Un Balcone, per esempio, può essere un ottimo e simpatico “escamotage” per sostituire un palco, una cabina telefonica può diventare un banchetto merchandising o un info point, come la facciata di un palazzo o una finestra diventano schermi sui quali proiettare.

Dunque l'evento in tour si servirà di pochissime tecniche (**ZERO IMPATTO**) come la consolle per il dj set che troverà collocazione su di un balcone (magari quello del comune!) o sulla cima di una scalinata, o in un parco in centro utilizzando un albero... videoproiettori , ed uno schermo rotondo sorretto da una struttura in layer, a rappresentare una sorta di “piatto”, con la differenza che non c'è braccetto e puntina, ma lampada e proiettore.

CONTATTI:

info@komartmusic.com

www.komartmusic.com

Segreteria 335.8379234

