



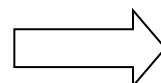
Francesco De Molfetta, *L'apPUNTAmento*.
Porcellana policroma smaltata a forno, resina e
legno.

Fonte: <http://www.clponline.it>.

Il 13 ottobre **29 ARTS IN PROGRESS** ha aperto un nuovo spazio espositivo nel centro di **Milano**, in via San Vittore. I due fondatori **Eugenio Calini** e **Luca Casulli**, dopo un lungo lavoro e varie esperienze internazionali a Londra, in vari Paesi europei e nel Sud-est asiatico, approdano con il loro progetto nella città lombarda, perché la sperimentazione in campo artistico e fotografico ha sempre bisogno di nuovi ambienti e stimoli. Ad inaugurare gli appuntamenti artistici della galleria è **Francesco De Molfetta**, noto con il soprannome di **Demo**, che **fino al 12 novembre 2016** presenta ben **trenta sculture**, tutte in **POPcellana**, ossia porcellana policroma ed altri materiali come resina, vetroresina e legno.

L'artista milanese, dedito ad una scultura concettuale e provocatoria, reinterpreta in

chiave *pop* soggetti ed iconografie, come chiaramente esplicita il titolo dell'esposizione, con riferimenti costanti all'infanzia. Ne risultano opere che attraggono come calamite l'occhio dell'osservatore grazie ai loro colori sgargianti e alle superfici lisce e lucide, oggetti seducenti ed ironici, ma allo stesso tempo ricchi di importanti riferimenti storici e artistici che stimolano la riflessione sulla contemporaneità, vista sotto una molteplicità di punti di vista. A ciò si aggiunge l'ottima qualità tecnico-formale delle sculture, raggiunta attraverso una minuziosa riscoperta delle tecniche di lavorazione della ceramica, di verniciatura, policromia e lucidatura.



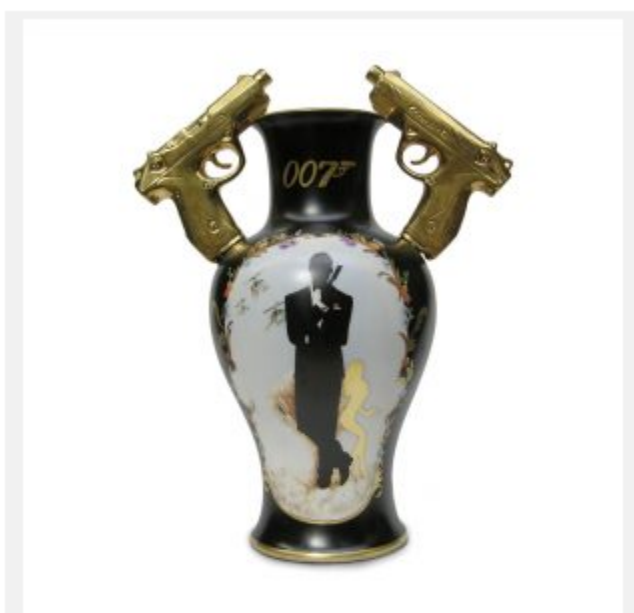
POPcellana come analisi della società

Uno dei fenomeni del nostro tempo più indagati dalla POPcellana De Molfetta è il consumismo: i marchi da cui siamo bombardati e che utilizziamo quotidianamente diventano i protagonisti assoluti dell'opera d'arte. Così il brand **Redbull**, con il suo famosissimo slogan **Ti mette le ali**, il quale è anche il titolo della scultura, viene associato ironicamente a due puttini che immediatamente ricordano al fruitore le grandi opere d'arte, sia dipinti che sculture, di soggetto sacro. È bene a questo punto sottolineare come l'artista dia una notevole importanza al titolo dell'opera, il quale funge da chiave di lettura della stessa ed innesca una meditazione più approfondita su temi d'attualità.

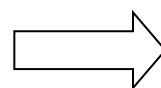
Un altro marchio è presente nella scultura **L'Unico frutto dell'amor**: su una banana luccicante, sostenuta alle due estremità da due classici pezzi di porcellana, è adagiato in posa accattivante un uomo muscoloso che indossa solamente uno slip rosso e che somiglia al marito di **Barbie**. È un'allusione all'organo genitale maschile, all'ironico accostamento di quest'ultimo alla banana (in questo caso però non si tratta di una banana qualsiasi, ma di una banana **Ciquita**), ma anche un riferimento agli attuali canoni di bellezza, ad una forma di omologazione estetica che sta cambiando profondamente il modo di vedere e di rapportarsi al proprio corpo.

Se ne **L'appUNTamento** viene esaltata nuovamente la dimensione erotica del rapporto, vista però in modo estremamente

provocatorio attraverso gli occhi di due bambini, con **MAMADonald's** ci si trova di fronte ad una geniale riproposizione del legame madre-figlio, alla luce della logica consumistica e della globalizzazione: la versione femminile del pagliaccio **Ronald McDonald**, simbolo della nota compagnia di **fast food McDonald's Corporation**, è seduta su una montagna di bottiglie di **Coca-Cola** (altra marca irrinunciabile) ed ha tra le braccia il suo piccolo, la cui mano è completamente sporca di maionese, quella del panino nel piatto che la mamma mantiene. L'allattamento filiale, di cui si trovano numerose rappresentazioni nella storia dell'arte (si veda, a titolo di esempio, la **Madonna del latte** di **Ambrogio Lorenzetti**), diventa nella scultura di Francesco De Molfetta metafora di una nutrizione a base di **brands** e di tendenze e, così come reinterpreted dall'artista, consente anche di affrontare il problema della cattiva alimentazione che riguarda una percentuale non trascurabile della popolazione mondiale e che ha gravi ricadute sulla salute, portando tra l'altro all'obesità. Il marchio **McDonald's** ricorre in numerose altre sculture, come in **Mc Baroque**, dove un banchetto barocco si trasforma in un esagerato pranzo da fast food, o in **Tra Mc e Te**.



Francesco De Molfetta, *Vase Bond*.
Porcellana policroma con interventi a terzo fuoco.
Fonte: <http://www.clponline.it>.





Francesco De Molfetta, *Ti mette le ali*
Porcellana di Capodimonte con interventi a terzo
fuoco.

Fonte: <http://www.clponline.it>.

Un altro gruppo di lavori è invece dedicato alle icone, sia quelle del passato che quelle attuali, da Penelope, moglie dell'eroe Ulisse, a **James Bond**. Anche in questo caso lo scultore non rinuncia alla contaminazione di arte classica e arte popolare, come in **Vase Bond**. Qui sul corpo di un vaso di elegante e classica fattura è rappresentato l'agente 007, in uno stile grafico ed essenziale tutto contemporaneo, ma è originalissima soprattutto l'idea di sostituire due pistole alle anse del vaso con un'operazione di *assemblage* di elementi incongrui davvero sorprendente.

Una mostra sicuramente da non perdere, POPcellana di Francesco De Molfetta, fatta per essere guardata con gli occhi del bambino e allo stesso tempo con lo sguardo dell'osservatore cosciente e scrupoloso.