

Marco Giovenale

Pignotti e Hogle, occhi e frecce

– Una nota per la mostra *Identikit*, presso Bianco Contemporaneo, Roma, 2026 –

Qui la street (art) di Pignotti è busta, biglietto, cartolina, ed è forse anche il piano del tempo che scorre e separa invio da ricezione di una lettera non sua ma a lui (qui est toujours un autre) diretta. Lo spazio di Hogle-autre è quello del cartellone, manifesto o fermata di bus o muro – hackerato, con durata temporale imprevedibile ma obiettivo chiaro: l'attenzione (risvegliata) di chi passa e guarda.

1

Cosa vede chi visita questa mostra? Una serie di opere di due autori, Lamberto Pignotti (figura centrale della poesia visiva italiana, tra i fondatori del Gruppo 70) e Hogle (street artist notissimo per le sue opere di critica frontale alla società contemporanea), avvicinati da Bianco Contemporaneo nel segno di un discorso comune sulla politica dello sguardo e dell'identità.

Di Pignotti incontriamo innanzitutto una sequenza decisamente sorprendente di plichi, cartoline, *envelopes*, biglietti, materiali *non suoi* ma da lui ricevuti e giocosamente collezionati nel corso degli anni, anzi decenni. Si tratta di messaggi indirizzati da amici, gallerie, istituzioni, critici e sodali a un Pignotti fantasmatico/cangiante, ossia a nomi e ruoli *sbagliati* – talvolta clamorosamente buffi – che, stante la precisione dei mittenti, mancano in pieno il bersaglio del destinatario: partendo dai nomi di battesimo, Lamberto viene fatto slittare verso i fantasiosi ma ancora assonanti Umberto, Roberto, Alberto, per poi salpare verso improbabili Luciano, Giuseppe, Mario, Lorenzo, Marcello; mentre sul cognome l'inventiva involontaria di chi spedisce oscilla tra Pagnotti, Pignatti, Patella (!) e un francamente esilarante Pigrotti. Per non parlare dei titoli affibbiati al nostro, di volta in volta arruolato come Professore, Architetto, Dottore, Artista, Maestro, Artista Maestro, Pittore, Poeta, Scrittore, Scrittore Prof., Illustre Scrittore, fino al generico Signor. (Ma mi preme qui sorridere su un austero “Pignotti Poeta Lamberto”, difficilmente superabile). Quanto agli indirizzi, basti registrare un “via Cuma” mutato in “via Coma”, che ci sorprende fra risata e scongiuro.

Completa la sezione un buon numero di collage verbovisivi, alcuni dei quali *storici*, composti fra primissimi anni Settanta e nuovo millennio, tutti legati al clima sociale/grafico di cui erano testimoni, ben chiaramente siglati anzi firmati e datati sul recto, a fotografare il momento della loro realizzazione all'interno di un milieu preciso e definito.

2

Di Hogle troviamo confermata e rilanciata, in tecniche e formati diversi (serigrafia o riproduzione su tela), la beffa tagliente alla società dello spettacolo (e) delle merci, obiettivi politicamente aggrediti e trasformati in piena luce, grazie alla capacità straordinaria dell'artista di connettere le tracce, i segni e segnapoli delle big company ai crimini e ai tratti inumani che queste sottintendono, implicano, producono. Operazione che ha il nome di *subvertising* (advertising sovversivo). Evidenti, in questo senso, il riferimento alla orwelliana "thought police" riferita a facebook; o il lettering della Pepsi usato per accendere un sacrosanto "Free Palestine"; oppure il logo di Apple trasformato nella mela avvelenata che una strega scheletrica porge a noi clienti-biancaneve.

In questo senso, e stante lo pseudonimo di "orco" (con l'H), Hogle-mostro corrisponde perfettamente nelle sue operazioni a una frase a cui l'ho sentito ricorrere, che chiarisce limpidamente che "l'artista è il contesto".

Queste opere, suggerisco, sono infatti pura e autoconsapevole efflorescenza (e fluorescenza) del clima e momento storico-sociale. È la stessa società a non poter evitare di produrle, come una sorta di antivirus – o nuovo virus – opposto alle malattie che di fatto la strutturano.

Chiaramente l'artista non è, in ciò, soltanto un mediatore del contesto, ma il punto preciso in cui i codici della critica si riattivano e reagiscono al di là e contro il sonno indotto dalla natura ipnotica delle merci.

3

Un primissimo rilievo potrebbe portare a dire che il terreno comune dei due artisti sia quello verbovisivo, e sicuramente sarebbe sensato sottolineare questo aspetto. Ma è appena la superficie della somiglianza, che possiamo estendere alla condivisa manipolazione dei lessici pubblicitari, sia visuali che alfabetici. In questo modo i due

riescono a tagliare a fondo nella (e oltre la) pellicola esterna – glitterata – della violenza dei segni, attraverso una disamina e resezione dei luoghi e loghi comuni che la tramano e ci irretiscono.

Ma, appunto, quello che si è disegnato fin qui è il perimetro iniziale di un discorso più complesso che, come il titolo della mostra suggerisce, riguarda il concetto stesso di identità, e dell'identificare, messo dai due artisti in condizione di crisi, su crinale incerto.

In buona parte la mostra espone, di Pignotti, qualcosa che, delle sue consuete realizzazioni e collage, non possiede il versante visivo: non ci sono immagini. Si tratta esclusivamente di buste e righe inviategli da altri: lui non ci ha affatto messo mano. L'identità autoriale, se di identità vogliamo parlare, coincide forse con quella di chi ha spedito queste missive? La cosa ancora più interessante è che i mittenti sono stati in grado, tutti, di sbagliare anche quel poco che scrivevano.

Non c'è quindi immagine, nemmeno deformata o decontestualizzata, ma solo una scrittura fredda, di refusi, ed è dal principio scrittura *altrui* – oltre che tendenzialmente inutile nel suo felice rischio di deviare & aggredire il Sistema (delle Poste..). È indirizzata all'effettivo artista, sì, ma quest'ultimo viene trasformato inconsciamente dall'operazione in collezionista. Una così multiforme diffrazione e direi dissipazione dell'identità individuale (e della inveterata superstizione a crederla centro di alcunché) non può che essere risorsa e azione concettuale, hacking o glitch non intenzionale in partenza ma in arrivo.

Non troppo diversamente, Hogle lavora sul versante delle marche identificative anzi identitarie: i marchi di prodotti, oggetti standard rovinosamente caduti in cliché, ripetizioni o sublimazioni segniche di quel che Benjamin chiamava *il sempreuguale*, infine trita burocrazia pubblicitaria delle *cose come stanno*. Abbiamo costantemente gli occhi timbrati da questa pornografia mercantile spicciola, che Hogle sfregia di intelligenza, operando in maniera anonima, imprimendo virate di senso alle pagine-muri delle città.

Da una parte abbiamo insomma le lettere spedite al fantasma che non si chiama mai Pignotti eppure è lui (che però non è autore delle “opere” bensì loro “attivatore”), dall’altra siamo di fronte a lettere e lettering sovrapposti ai brand e alle malefatte della quotidiana mercatura e marcatura: il messaggio deviante – siglato Hogle/Mostro [traduttore e trasformatore del contesto] – arriva a uno sguardo, a un passante, a uno spettatore-che-non-è-più-tale, a un occhio che di suo comprende = accende il messaggio. Un passante, molti osservatori, che diventano essi stessi “attivatori” e soggetti della critica.

Se dunque, nelle lettere sbagliate spedite a un Pignotti giusto, l’aspetto retinico scompare al di là dell’operazione ironica e irridente (anche nei confronti dell’idea stessa di comunicazione), in Hogle la visibilità può essere al contrario eccezionalmente caricata, colorata, detournando manifesti e messaggi, “sbagliandoli”, per arrivare agli osservatori giusti, cittadini chiamati a essere parte attiva nel processo comunicativo. La pubblicità estrae valore (desiderio come denaro) da chi la osserva, e lo rende passivo; l’hackeraggio induce sguardo critico (e desiderio come gioco) in chi lo apprezza e se ne fa innesco e moltiplicatore.

E ancora. In Pignotti il soggetto multiplo è all’inizio: sono i tanti mittenti che creano un coro di invii. In Hogle il soggetto multiplo è alla fine, all’estremità del colpo d’occhio, è cioè in chi riceve decifra e riattiva criticamente il messaggio della pagina-muro.

Refuso collezionato e hacking procurato si parlano dunque sullo stesso piano, che può essere credo sensato collocare anche – come suggerivo – nell’ambito del gioco, dello spreco di segni, del disorientamento e rifiuto delle presunte regole “normali” della comunicazione (e) dell’identificazione.

L’osservatore delle opere di Hogle è un po’ come il postino scaltro di Pignotti, che sorride e gli recapita la lettera comunque, anzi è *più felice* che se il nome del destinatario fosse giusto: chi guarda il detournement della Pepsi, ecco, intende bene la critica alle industrie indifferenti al (o complici del) genocidio, e così affila la propria attenzione, le prossime occhiate, come frecce.