

**CARLO BUZZI**  
**THE PUBLIC BOOK**

**CARLOBUZZI.IT**  
**ARTISTAPUBBLICO.IT**  
**THEPUBLICBOOK.IT**

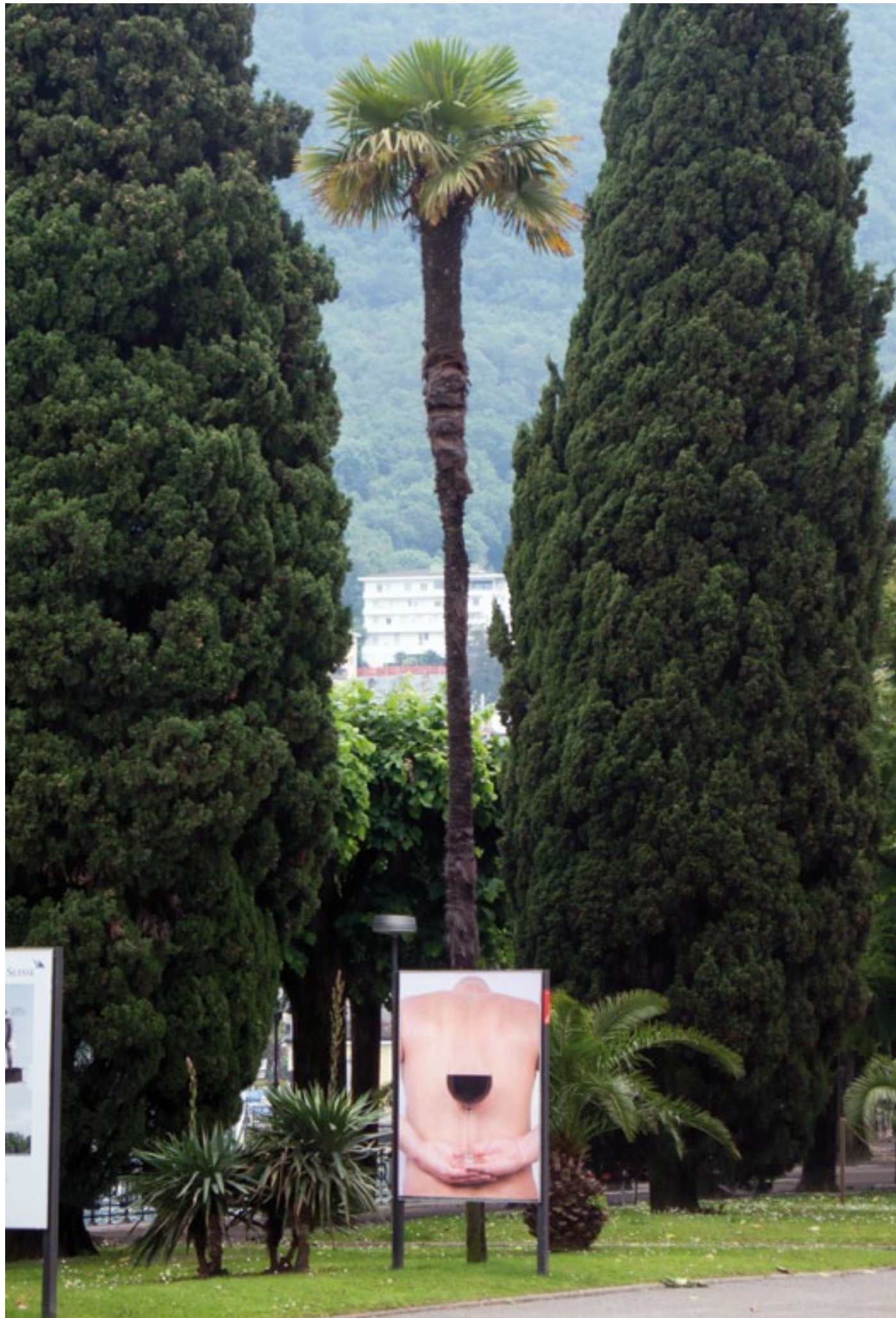


**THECA-ART.COM**

|                                                                                              |                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------|
|                                                                                              | <b>MODUS OPERANDI</b>                                                | <b>7</b>   |
| Riflessioni e appunti sull'opera di Carlo Buzzi, di Luca Scarabelli                          |                                                                      | 11         |
| Ancora un'azione nello spazio pubblico: Carlo Buzzi "benedice" Milano, di Francesco Tedeschi |                                                                      | 153        |
|                                                                                              | <b>EXHIBITIONS</b>                                                   | <b>17</b>  |
|                                                                                              | <b>PUBLIC THEMES</b>                                                 | <b>21</b>  |
|                                                                                              | Picasso                                                              | 22         |
|                                                                                              | Van Gogh                                                             | 23         |
|                                                                                              | The Chicken's Evolution                                              | 24         |
|                                                                                              | United Colors                                                        | 25         |
|                                                                                              | Untitled                                                             | 26         |
|                                                                                              | Dead                                                                 | 27         |
|                                                                                              | Hooded                                                               | 28         |
|                                                                                              | Bubble Gum                                                           | 29         |
|                                                                                              | Multiethnic Artist                                                   | 30         |
|                                                                                              | Wizard                                                               | 31         |
|                                                                                              | Lucifer                                                              | 32         |
|                                                                                              | FFPP                                                                 | 33         |
|                                                                                              | Dowser                                                               | 34         |
|                                                                                              | Red Back Wine                                                        | 35         |
|                                                                                              | Savon                                                                | 36         |
|                                                                                              | Shark                                                                | 37         |
|                                                                                              | <b>PUBLIC SETTINGS</b>                                               | <b>39</b>  |
|                                                                                              | Flash Art, 1990                                                      | 40         |
|                                                                                              | Flash Art, 1991                                                      | 41         |
|                                                                                              | Juliet Art Magazine, 1991                                            | 42         |
|                                                                                              | Milano, 1991                                                         | 44         |
|                                                                                              | Milano, 1991/1992                                                    | 52         |
|                                                                                              | Gallarate/Busto Arsizio                                              | 53         |
|                                                                                              | Busto Arsizio, 1993                                                  | 54         |
|                                                                                              | Gallarate, 1993                                                      | 60         |
|                                                                                              | Cantù, 1994                                                          | 62         |
|                                                                                              | Gallarate, 1994                                                      | 64         |
|                                                                                              | Genova, 1995                                                         | 71         |
|                                                                                              | Biella, 1995                                                         | 76         |
|                                                                                              | Venezia, 1995                                                        | 80         |
|                                                                                              | Legnano, 1995                                                        | 84         |
|                                                                                              | Milano, 1997                                                         | 88         |
|                                                                                              | Bellinzona, 1998                                                     | 94         |
|                                                                                              | Milano, 1998                                                         | 98         |
|                                                                                              | Rozzano, 1998                                                        | 106        |
|                                                                                              | Bellinzona, 1998                                                     | 108        |
|                                                                                              | Agrate Brianza, 1999                                                 | 110        |
|                                                                                              | Venezia, 1999                                                        | 116        |
|                                                                                              | Biella, 1999                                                         | 120        |
|                                                                                              | Genova, 1999                                                         | 126        |
|                                                                                              | Borgomanero, 2004                                                    | 130        |
|                                                                                              | Mozzate, 2005                                                        | 132        |
|                                                                                              | Trieste, 2009                                                        | 134        |
|                                                                                              | Sovico, Macherio, Biassono, Vedano al Lambro, Lissone, Seregno, 2009 | 138        |
|                                                                                              | Varese, 2011                                                         | 144        |
|                                                                                              | Gallarate, 2012                                                      | 148        |
|                                                                                              | Milano, 2013                                                         | 154        |
|                                                                                              | Venezia, 2013                                                        | 160        |
|                                                                                              | Lugano, Como, Tremezzo, Cernobbio, Varese, 2013                      | 164        |
|                                                                                              | Bergamo, 2013                                                        | 172        |
|                                                                                              | Magenta, Corbetta, 2014                                              | 176        |
|                                                                                              | <b>ARTWORKS ARCHIVE</b>                                              | <b>181</b> |







**Carlo Buzzi** è un artista italiano, conosciuto per i suoi interventi nel contesto urbano.

Carlo Buzzi si serve degli strumenti propri della comunicazione pubblicitaria. Opera interventi che coinvolgono il contesto urbano. Normalmente utilizza il comune poster tipografico. Un significativo numero di manifesti viene esposto in pubblica affissione. L'operazione è documentata fotograficamente. Il lavoro sarà in seguito formalizzato grazie alla produzione di un numero limitato di "quadri" (riproduzioni fotografiche, manifesti "strappati").

Carlo Buzzi ha realizzato la prima opera-operazione "pubblica" nel 1990 in collaborazione con il gallerista Luciano Inga-Pin di Milano. Si trattava di una pagina di pubblicità acquistata sulla rivista *Flash Art*. L'inserzione riproduceva centralmente un comune scopino da bagno, nella parte superiore la scritta "PICASSO", nella parte inferiore la didascalia "orario 20-22". Nel 1991 un soggetto simile fu esposto a Milano su manifesto tramite pubblica affissione, canale espressivo in seguito privilegiato dall'artista.

*Costruzione formale* (la simulazione di "finto evento") e *prassi* (esposizione con tasse regolarmente pagate, mai abusiva) indicano l'intenzione di introdursi nel sistema della comunicazione pubblica in "punta di piedi", contrapponendosi ad esperienze artistiche espresse nel medesimo contesto - contemporanee o appartenenti ad un recente passato - connotate da impronte ideologiche.

Dalla riproposizione del tema Picasso/scovolino/mostra d'arte artefatta, ad altri "provocatori" e improbabili incontri (Van Gogh con una grattugia), Buzzi esplora il dualismo arte/pubblicità in reali, e nello stesso tempo fittizie, campagne pubblicitarie.

Nel 1994 realizza un manifesto che lo riproduce semplicemente ritratto di schiena, il primo privo di alcun altro indizio.

**Carlo Buzzi** is an Italian artist, known for his work in the urban context.

Carlo Buzzi uses the tools peculiar to advertising. He works on interventions involving the urban context. He normally uses the common typographic poster. A significant number of posters are exposed in public posting. The procedure is documented photographically. The work is then formalized through the production of a limited number of "pictures" (photographic reproduction, "ripped" posters).

Carlo Buzzi made the first "public" operation in 1990, in collaboration with gallery owner Luciano Inga-Pin in Milan. It involved the purchase of a page on the magazine *Flash Art*. This page showed the image of an ordinary toilet brush, with the word "PICASSO" on the top and the writing "20-22 hours" at the bottom of it. In 1991, a similar subject was exposed in Milan streets on a poster in public posting, expressive mean later favored by the artist.

*Formal construction* (simulation of "fake event") and *praxis* (never abusive exposure, with regularly paid taxes) show the artist's desire to break into the public arena in "tiptoe", as opposed to the ideological connotations that characterize some artistic experiences of the same period or of a recent past, expressed by others artists in the same context.

From the re proposal of Picasso/toilet brush/simulated art exhibition theme, to other "provocative" and unlikely meetings (Van Gogh with a grater), Buzzi explores the dualism art/advertising in real and at the same time fictitious advertising campaigns.

In 1994 the artist realizes a poster which simply reproduces himself back portrayed, the first one without any clues.



I begin this text about the artwork of Carlo Buzzi with a technical-media note: he has been one of the first Italian artists who have promoted the information and documentation of their work on a website; since the beginning of 90s, when the online presence still was counted, he was already prepared with a well-structured and exhaustive documentation on the net. Open to the world beyond the small global village of contemporary art. To be opened up to an eterogeneous public has always been his care, although in perspective, as we will see, he isn't so interested in the public, only as much as he needs to impose it his vision, also characterized by the catch of the evasive glance of the passenger, who is looking with the corner of his eye for something keeping close to the walls.

In 1995 he had got his “gate” on the net, a virtual gallery, they used to say so, one of the first online specific sites dedicated to contemporary art, mainly to offer evidence of his artistic activity and, in the context of a participatory and shared dimension, to insert the biographic profiles and artworks of his artist-friends related to him by collaboration and respect. The site had a poetic name, he has given it the name of a flower: “Margherita”.

The predisposition to believe in the totally innovative world of the web was possible for him thanks to his knowhow and implications in the IT world and to the visionary and future incentive of considering the Internet absolutely functional to document such a work as his own, conceived for the media and the street.

My first memory of him was the unexpected and misterious encounter with a page, appeared on an issue of the Flashart magazine in 1990. An ad it seemed, but in the immediate moment there weren't pretexts that made me sure it was an advertisement, that has been realized, I discovered later, with the collaboration of Luciano Inga-Pin. An ambiguous communication at a first sight, which pointed out a phantomatic exhibition, perhaps an exhibition... but only because of the name of Picasso in the title, which combined in a provocative way the artist's name with the image of a shoddy toilet's brush and a synthetic hour. Though adopting a system of visual codes close to advertising, with headline, body copy, attach, base line, etc.. the result was a total enigma. This was the first so-called “public” operation. Then he went out from the magazine pages to enter directly the streets, over there, vertically on the walls. Buzzi realized soon that the intrusion into an art magazine was so suspecting, implicit and related to the art system, that it was easy to conclude it was an artist's intervention, even if anonymous and hidden, because his operation was anyway spreading and moving around the tangles of a system he wanted to overcome. The natural solution, the solving theme that would have distinguished him, he would discover it some months later, when he'd move his communication directly “into the street”, aiming at a deeper relationship with the location system of mass communication; particularly, with the trade circuit of the public billposting. In this way, he has chosen to share its operativity, partly its canon and especially its locations, focusing on the differences between his operations, connotated by a rare radicality, and the advertisements, whose purpose is obviously the trade of a product, and looking for, among the bare wrinkles of an established coercive message, a subtle short-circuit between its “mute” images and the alluring spots of the advertising posters. Adbursting: anti-advertisement, I would say.

He operates with the media of billposting, historically connotated by an own peculiarity, to go through the paths of the paradox, approaching and getting close to the conventional and disciplined messages of the operative consumerism (exactly as these “integrated antagonists”, he reserves the spaces of public domain), trying to arrange a coverage of posters in the assigned streets, that is plausible and powerful enough to obtain a certain visibility all over the city. The choice to compare himself with the urban advertising system doesn't come from a specific interest in this kind of communication, but rather from the need to overcome the limits of the art world (he considers them narrow and dated, historically anachronistic), to overpass the spaces of the assigned exhibit locations and renovate the circuit artist-work-critic-galerist-museum, in search of outer, different and obviously not whitecube spaces (his operation besides entails a process and historicization of the artwork that he considers the return into the context).

It's clear that the “conventional” ad aims to promote a product and produces trade, that it's predisposed to a clarity and specificity made to catch a definite target with a clear, effective and “comforting” message towards the public. Here is it, the operation of Buzzi is dispensed with this purpose and rather re-calibrated on the basis of poetic and aesthetic rules.

Inizio questa mia lettura attorno all'opera di Carlo Buzzi con un appunto tecnico-mediatico: è stato uno dei primi artisti in Italia a promuovere le informazioni e la documentazione sul proprio lavoro con un sito internet; fin dai primi anni '90 quando ancora si contavano le presenze sul web lui era già pronto con una documentazione ben strutturata ed esaustiva in rete. Aperto al mondo al di là del piccolo villaggio globale dell'arte contemporanea. Aprirsi a un pubblico eterogeneo è sempre stata una sua attenzione, anche se in prospettiva, come vedremo, del pubblico gli interessa poco, quel tanto che serve per imporgli una sua visione, caratterizzata anche dalla cattura dello sguardo sfuggente del passante che con la coda dell'occhio cerca le cose nel rasentare i muri.

Nel 1995 aveva in rete un suo “portale”, una galleria virtuale, si usava dire così, uno dei primi spazi on line specifici dedicati all'arte contemporanea, per documentare in primis la sua attività artistica e nel contesto di una dimensione partecipativa e condivisa, per inserire i profili biografici e le opere degli artisti amici con cui aveva un rapporto di collaborazione e stima. Il sito aveva un nome poetico, lo aveva battezzato con il nome di un fiore: “Margherita”.

La predisposizione a credere nel mondo tutto nuovo del web gli è stata possibile per via delle sue conoscenze e implicazioni nel campo informatico e dalla spinta visionaria e futuribile, di considerare lo strumento internet assolutamente funzionale per documentare un lavoro come il suo pensato per i media e per la strada.

Il primo ricordo che ho di un suo lavoro è stato l'incontro inaspettato e misterioso con una pagina apparsa in un numero della rivista d'arte Flash Art nel 1990. Un'inserzione pubblicitaria sembrava, ma nell'immediato non c'erano appigli per cui si fosse sicuri che lo era veramente una pubblicità, realizzata, ho saputo successivamente, in collaborazione con la galleria di Luciano Inga-Pin. Una comunicazione ambigua a prima vista, che segnalava una fantomatica mostra, forse una mostra... ma solo per via del nome di Picasso nel titolo, e che accostava provocatoriamente il nome dell'artista con l'immagine di un dozzinale scopino del cesso e un sintetico orario. Pur adottando un sistema di codici visuali vicino a quello pubblicitario con headline, body copy, attacco, base line ecc... il risultato era tutto un enigma. Questa fu la prima operazione cosiddetta “pubblica”. Poi è uscito dalle pagine delle riviste per entrare direttamente nelle strade, lì in verticale sui muri. Buzzi intuisce presto che l'intervento su una rivista d'arte era piuttosto “sospetto”, implicito e correlativo al sistema dell'arte, che era facile - trattandosi di una rivista di quel genere - arrivare alla conclusione che si trattasse dell'intervento di un artista, per quanto anonimo e nascosto, perché sempre nelle maglie di un sistema, che voleva lasciarsi alle spalle, la sua operazione stava articolandosi e girando. La soluzione naturale, il motivo risolutore che lo contraddistinguerà, lo troverà pochi mesi dopo, quando trasferirà la sua comunicazione direttamente “nella strada”, con l'ambizione di un confronto più ampio con il sistema dei luoghi della comunicazione di massa; nel caso specifico con il circuito mercantile delle affissioni pubbliche. Ha scelto così di dividerne l'operatività, in parte lo statuto e soprattutto i luoghi, giocando sulle differenze tra il suo operare, connotato da una radicalità rara e quello della pubblicità, la cui finalità è ovviamente la vendita di un prodotto, cercando tra le pieghe scoperte di un messaggio che si vuole coercitivo, un sottile cortocircuito tra le sue immagini “mute” e gli spot ammiccanti dei manifesti pubblicitari. Adbursting: antipubblicità si direbbe.

Interviene con il media del manifesto, storicamente connotato da una sua specificità, utilizzandolo per percorrere le vie del paradosso, accostandosi e ponendosi accanto ai messaggi convenzionali e disciplinati del consumismo operativo (come questi “antagonisti integrati” prenota gli spazi di dominio pubblico) cercando di predisporre una copertura di manifesti nelle vie assegnategli, che sia plausibile e abbastanza forte per avere una certa visibilità in tutta una città. La scelta di confrontarsi con il sistema dell'advertising urbano non nasce da un suo interesse specifico per questa forma di comunicazione, ma piuttosto dalla necessità di superare i limiti del mondo dell'arte (li sente angusti e datati, storicamente anacronistici), per superare gli spazi dei luoghi espositivi deputati, e rinnovare il circuito artista-opera-critico-gallerista-museo cercando spazi che siano fuori, altri, e ovviamente non whitecube (la sua operazione prevede poi una processualità e storicizzazione dell'opera che considera il rientro in questo contesto).

È chiaro che il messaggio pubblicitario “convenzionale” ha lo scopo di promuovere un prodotto e generare vendite, che è predisposto ad una chiarezza e ad una specificità attenta a cogliere un determinato target, con un messaggio chiaro, efficace e “rassicurante” nei confronti del pubblico. Ecco, l'operazione di Buzzi è esente da questa finalità o almeno la ricalibra secondo norme poetiche ed estetiche.

The occasional viewer who finds himself observing one of his posters, remains free from references and so he is driven to an unreleased and unsuspected reflection, far from the normal reading conventions of the images in the urban space; this viewer isn't considered as a consumer, Buzzi doesn't conceive in him a model addressee, nore a target. His general addressee is inducted to experiment in the everyday context a strange kind of sensorial and emotional confusion, and immediately later, when the question becomes urgent, intellectual too. The adopted language, we should not forget, is always the art.

It's important to underline that Buzzi pays – depending on the municipal fee in force - for the spaces he uses. Buying, as an advertising agency, the space needed for the construction and put-on-view of the work, he acts as a specialized operator, and so he uses within strict rules the concreteness of the operative system and commercial and social rules in support to his expressive aims. The number of exposed papers, for example in a standard format, is comparable – even if in minimum terms – to an advertising commercial campaign for any company or product but, according to him – in order to his poetics of being among things – the “place” is more signicative than the content. The repetition of his images inside the advertising circuit is systematic and regulated, but it's also a break, an anacoluthon that in some way disturbs the specificity of the other billposting campaigns messages.

Those square metres of walls that will support his being in the world, and here I mean the normal, common, usual world of people, with the people walks, the rapid glances of drivers, the urgency, the lack of time and all the busy mourning of our civilization: with or without the public, the artistic operations of Buzzi are square metres of pure question about our lives' destiny.

What makes Buzzi's art „Public art“? Buzzi often remembers us in clear letters that what makes „public art“ is the fact to have grown up a „public consciousness“. I like this idea of his consciousness, over there attached on the walls... that is then a stance, a precise choice of the battlefield.

Evidence of this is the orderliness of the operation he has been managing from 1990 till now. There's no improvisation, as it was often revealed either in performances following one another during these years, showing off the public art label, in extemporary works of artists momentarily dedicating to the „wall“, or in a pseudo-generic art made in the public, only because in the open space or in direct contact with the urban space.

The fact that there are people in the city and so his posters could loom over them isn't neither primary nor determinant, as much as a spectator with visual anarchy, who can be either accomplice of the work, ignorant victim or uninterested public. In the end what does Buzzi make of the public? He apply a concept strategy that moves the work/operation from the art context into the street (at this point, as Buzzi often underlines when he tells about his artworks, „even if the city were empty anything wouldn't have changed about the sense of my strategy“).

This is the topic and his magnificent contradictory nature.

An other object on his work concerns the temporal dimension of the rent of spaces, which coincide with the same put-on-view of the operation and its adequate fruition, that means of the successive formalisation of the artefacts: the poster – or a part, a fragment of it – is ripped from the walls and presented next to its photographicical documentation, well-framed on the, this time internal, walls of a gallery or an exhibit space.

Buzzi announces the need to go out from the whitecube spaces and then he enters them back in conditions of normal operativity, may there be an incoherence with his original spirit and intent? In respect to this, Buzzi answers that all is considered since the conception of his first operation, that the re-placement inside the historical code of the gallery exhibition is essential part of the same strategy which lets art descending into the street, which involves the circularity of the operation and which wastes the artefact to the collectors. The artwork lives in the moment of the encounter under the sky, the rest is memory, recollection and, precisely, artefact.

This articulating and disentangling movement on the walls is accompanied by the egotic practice to define himself the real public artist. The fact is that, insisting on the operations in the public context, he has however conquered a new space for art, or better, he has renewed the sense of this public space, showing us something unconceivable and exemplar (he would say). So, the tangles of art widen, but the art is always inside the world, although it's a bit too anonymous at a first sight, that we couldn't go out from the art diverting our glance to the world (which actually was his first intention, a parental action to the yet historical one of the avant-garde dismantling current art) and cancel the art trying to dissolve his rules and mechanisms. About it he has a cristal conscience.

Lo spettatore occasionale che si trova a notare un suo manifesto, rimane privo di riferimenti e quindi è portato a una riflessione inedita e inaspettata rispetto alle normali convenzioni di lettura delle immagini nel paesaggio urbano; questo spettatore non è visto qui come un consumatore, Buzzi non ha in lui un destinatario modello, non ha un target. Il suo interlocutore generalista è indotto a esperire nell'ambito del quotidiano uno strano tipo di smarrimento sensoriale ed emotivo, e subito dopo quando l'interrogativo si fa pressante, anche intellettuale. Il linguaggio adottato, non bisogna scordarlo, è sempre quello dell'arte.

È importante evidenziare che Buzzi paga - in base alle tariffe comunali vigenti - gli spazi che usufruisce. Acquistando come un'agenzia di pubblicità lo spazio necessario alla costruzione e messa in visione dell'opera, si comporta come un operatore specializzato, quindi utilizza all'interno di regole rigide, la concretezza del sistema operativo e le regole commerciali e sociali per favorire i suoi scopi espressivi. Il numero di fogli esposti ad esempio, di formato standard, è comparabile - sia pure ai minimi termini - ad una campagna pubblicitaria di tipo commerciale condotta per una qualsiasi azienda o prodotto ma, differentemente, per lui è più significativo - ai fini della poetica del suo stare in mezzo alle cose - il “luogo” piuttosto che il contenuto. La ripetizione delle sue immagini all'interno del circuito pubblicitario è sistematico e regolarizzato, ma è anche una rottura, un anacoluto che in qualche modo disturba la specificità dei messaggi delle altre campagne d'affissione.

Quei metri quadri di muro che saranno il supporto del suo essere nel mondo, e qui intendo il normale, comune, abituale mondo delle persone, con i passi della gente, gli sguardi veloci degli automobilisti, la fretta, il tempo che manca e tutto il lutto indaffarato della nostra civiltà: con o senza pubblico, le operazioni artistiche di Buzzi sono metri quadri di pura interrogazione sul destino delle nostre vite.

Cosa fa quindi dell'arte di Carlo Buzzi “Public art”? Buzzi ci ricorda spesso e a chiare lettere che fa “arte pubblica” innanzitutto il fatto di aver maturato una “coscienza pubblica”. Mi piace questa sua idea della coscienza, lì appiccicata sui muri... che poi è una presa di posizione, una scelta di campo precisa.

Ne è testimone di questo la sistematicità dell'operazione che ha condotto, in quest'unica direzione dal 1990 ad oggi. Non c'è improvvisazione come spesso si è rilevato in manifestazioni che si sono susseguite nel corso degli anni che hanno sbandierando l'etichetta di public art, o in opere estemporanee di artisti che per un momento si sono dedicati al “muro” o ad una pseudogenerica arte in pubblico, solo perché all'aperto o in diretto contatto con l'urbanità.

Il fatto che nelle città ci siano le persone e che quindi i suoi manifesti possano incombere su di loro non è nemmeno prioritario ne determinante, come non è determinante uno spettatore dalla visualità anarchica, che può essere sia complice del lavoro, vittima inconsapevole o pubblico indifferente. Buzzi alla fine che se ne fa del pubblico? Applica una strategia concettuale che sposta l'opera/operazione dal contesto deputato all'arte alla strada (a questo punto come Buzzi sottolinea più volte quando racconta i suoi lavori “anche se la città fosse disabitata non cambierebbe nulla a riguardo del senso della mia operazione”). Questo è il suo topic e la sua magnifica contraddizione.

Un altro appunto sul suo lavoro riguarda la dimensione temporale dell'affitto degli spazi, che coincidono con la messa in dimora dell'opera/zione stessa e della sua “fruizione” adeguata, quindi della successiva formalizzazione dei “reperti”: il manifesto - o una sua parte, un frammento - è strappato dai muri e presentato, accanto alla sua documentazione fotografica, bello incorniciato sulle pareti, interne questa volta, di una galleria o spazio espositivo.

Buzzi che annuncia di voler uscire dagli spazi whitecube e poi ci rientra in condizioni di normale operatività, c'è forse un'incoerenza con il suo spirito e intento originario? Rispetto a questo Buzzi risponde che il tutto è già previsto fin dalla concezione della prima operazione, che il riposizionamento all'interno del codice storico della mostra in galleria, è parte essenziale di quella stessa strategia che fa discendere l'arte nella strada, che comprende la circolarità dell'operazione, e che disperde il reperto ai collezionisti. L'opera vive nel momento dell'incontro sotto il cielo, il resto è memoria, ricordo, e appunto reperto.

Accompagna questo suo articolarsi e dipanarsi sui muri, la prassi egoica di definirsi il vero artista pubblico. Il fatto è che insistendo con le operazioni nell'ambito pubblico ha comunque conquistato un nuovo spazio per l'arte, o meglio ha rinnovato il senso di questo spazio, mostrandoci qualcosa di inaudito ed esemplare (direbbe lui). Quindi le maglie dell'arte si allargano, ma l'arte è sempre all'interno del mondo, anche se un po' anonima al primo sguardo, tanto che non si può uscire dall'arte sviando lo sguardo dal mondo (che poi era stato il suo tentativo iniziale, atteggiamento parente di quello ormai storico delle avanguardie di demolire l'arte corrente) e annullare l'arte cercando di dissolverne le regole e i meccanismi. Di questo ne ha una limpida coscienza.



Other issue. After a chicken (The evolution of the chicken... I remember it's of 1993), in his works the protagonist is always the artist himself. He that is present. He that shows a certainly egocentric and edonistic presence.

Where does his ego finish and how much autobiographic is his work?

If we look in chronological order at the subjects characterizing his career, we will notice that, passing through a chicken body used in association with a famous brand, he has been arriving to produce images that find himself as the protagonist, precisely constituting himself as the represented transmitter. He as himself and he as other ones under false pretences. In the past he made use of artists names belonging to the now collective imagination: Picasso, Van Gogh, but also Wittgenstein has called his attention, with the aim of making a reflection on the sense of value of „iconic“ images, just as screens on which he reflected a vision of the world, at times entertaining, other times allusive, other again simply aesthetic.

His visual communication, quite adopting the specific language of advertising, comes from connections, from at least strange unusual meetings between content and form. I would say it's a dialectical procedure that lets emerge the dycotomies quote/object, quote/body, me/body, language/body. All with a particular attention to the first perspectives and forms that make the image „dense“, almost phisical, in which we can perceive the massive presence of his body.

The problem related to the body, to the in-this-case deeply authoritarian presence, I consider it as a non-conformist projection of the idea or reproposal of the historical theme of the self-portrait.

According to Buzzi, it's very natural to expose himself, to be an image, it's a way of being: the body/subject is necessary because it's a crossing point, a means towards the „operation itself“, that is the real binding agent, the mature process of the correspondence image-art-world. Anyway there are surely some rabdomantic „problems related to the body“ in its identitarian sensibility, but they aren't so much urgent and important for him. It's important to underline again the same structure of the put-on-view of the artwork in the urban environment, connecting it with its „presence“, that means the regularity, diffusion, quantity and repetition, rythm but also the surprise: all things that have to be considered to well interpret Buzzi's operation, just like the attention towards the system of signs stated from his body, which here becomes the ornament of the world, the heart of the world, since it's, according to our imagination (the appearance), a prime place of the symbolic.

Therefore we want to say that there are historical-philosophical-artistic-ethnological suggestions as well as autobiographical marks that have been inspiring him during all these years.

Buzzi is no doubt operative in the street, he is attached on the walls and he feels this presence as fundamental in the everyday reality of the common life of the polis. But, how can he build his reality of the world? Are there perhaps some political values in his put-on-discourse of an art which doesn't conceive persuasion, considering the location, as one of its basical reasons? What do his posters bring into focus? Only himself?

I would say they want to evoke an announcement of systematic imaginative freedom and transgression, since he is the transmitter of a communication that isn't hidden in itself, the addresse and the communication message are corresponding, and combining dialectically depending on a mytho-poetic message.

Buzzi often declares there is no polical aim in his operations, no persuasive operation. Although, for example, one of his posters concerns the „multietnic artist“, where he appears black painted in his face. Some presences could bring the viewer to such a conclusion, of a focus on sociological or socio-political problems, but this remains a viewer's issue, according to Buzzi, his free interpretation. His intention (action) aims to a dialectics totally included in an art discourse, a strategy that fullfills his subversive idea in the street and then it's completed in a formalisation of the event able to enter back in the conventional circuit of art with artefacts, photographies, rips and fragments of posters telling us about that brief stage on the walls: all is obviously well-documented. In this way the image becomes narration and the presented story sets its framework in the language and its conveniently fictional trait.

Luca Scarabelli, April 2014

Altro problema. Dopo un pollo (L'evoluzione del pollo... ricordo è del 1993), nei suoi lavori il protagonista è sempre l'artista stesso. E' lui che è presente. E' lui che manifesta una presenza decisamente egocentrica ed edonistica.

Dove finisce il suo io e quanto c'è di autobiografico nel suo lavoro?

Se guardiamo in ordine temporale i soggetti che caratterizzano il suo percorso, si nota che, passando attraverso il corpo di un pollo utilizzato in associazione ad un famoso logo, è approdato alla produzione di immagini che vedono lui stesso come protagonista, costituendosi propriamente come emittente rappresentato. Lui come se stesso e lui come altri sotto mentite spoglie. Si era servito in passato del nome di artisti appartenenti ormai all'immaginario collettivo: Picasso, Van Gogh, ma anche Wittgenstein è passato dalle sue attenzioni, con l'intento di porre una riflessione sul senso di valore delle immagini "icone", come schermi su cui riflettere una visione del mondo a volte ludica, altre allusiva altre ancora semplicemente estetica.

Il suo visual, giusto per adottare il linguaggio specifico dell'agenzia pubblicitaria, nasce da associazioni, o almeno da strani incontri non usuali tra contenuti e forme. Si direbbe un percorso dialettico in cui emergono le dicotomie citazione/oggetto, citazione/corpo, io/corpo, linguaggio/corpo. Il tutto con un'attenzione ai primi piani e alle forme che rendono l'immagine "spessa", fisica quasi, in cui proprio si sente la presenza massiccia del suo corpo.

La problematica legata al corpo, alla presenza in questo caso fortemente identitaria, la vedo come una proiezione non conformista dell'idea o della riproposta del tema storico dell'autoritratto.

Per Buzzi è molto naturale esporsi, essere immagine, è un modo d'essere: il corpo/soggetto gli serve come punto di passaggio, come tramite verso "l'operazione in sé" che è il vero collante, il processo maturo della corrispondenza immagine-arte-mondo. Ad ogni modo ci sono sicuramente delle rabdomantiche "problematiche legate al corpo" nella sua sensibilità identitaria, ma non sono per lui così pressanti e importanti. E' importante poi evidenziare ancora la struttura stessa della messa in opera del lavoro nell'ambiente urbano, collegandola alla sua "presenza", cioè la regolarità, la diffusione, la quantità e la ripetizione, il ritmo, ma anche la sorpresa: tutte cose da considerare per interpretare bene l'operazione di Buzzi, così com'è importante l'attenzione per il sistema di segni dato dal "suo" corpo, che qui diventa l'ornamento del mondo, l'ombelico del mondo, visto che costituisce per il nostro immaginario (l'apparire) un luogo primario del simbolico.

Con ciò diciamo che esistono quindi suggestioni storico-filosofiche-artistiche-etnologiche e tracce autobiografiche che lo hanno ispirato nel corso degli anni.

Buzzi indubbiamente è operativo in mezzo alla strada, è appiccicato ai muri, e sente come fondamentale questa presenza nella realtà quotidiana della vita comune della polis. Ma come costruisce la sua realtà del mondo? Ci sono forse delle valenze politiche nella sua messa in discorso di un'arte che non fa della persuasione, visto il luogo, uno dei suoi motivi fondanti?

I suoi manifesti cosa mettono in primo piano? Solo se stesso?

Direi che evocano un annuncio di sistematica libertà immaginativa e di trasgressione, in quanto emittente di una comunicazione che non è occultata nella stessa, committente e messaggio comunicativo coincidono, combinandosi dialetticamente in funzione di un annuncio mitopoietico.

Buzzi dichiara spesso che non esiste alcun intento "politico" nelle sue operazioni, nessuna operazione persuasiva. Anche se poi ad esempio, un suo manifesto riguarda "l'artista multietnico" dove compare dipinto in volto di nero. Alcune presenze potrebbero far propendere lo spettatore verso una tale conclusione, di un'attenzione mirata a problematiche sociologiche o sociopolitiche ma ciò rimane per Buzzi un problema dello spettatore, una sua libera interpretazione. La sua intenzione (azione) è tesa verso una dialettica tutta interna a un discorso sull'arte, una strategia che realizza la sua idea eversiva nella strada che si compie poi, in una formalizzazione dell'evento idonea a rientrare nel circuito convenzionale dell'arte con reperti, fotografie, strappi e frammenti dei manifesti che raccontano il breve passaggio sui muri: il tutto ben documentato ovviamente. L'immagine così si fa racconto e la storia presentata ha la struttura portante nel linguaggio e nella sua prerogativa opportunamente finzionale.

Luca Scarabelli, aprile 2014





PUBLIC BILL-POSTINGS

1991  
Milano, (140, 100x70; 11/3, 15); Milano, (146, 100x70; 1/10/1991 ... 31/3/1992)  
1992  
Busto Arsizio (VA), (100, 100x70; 5/12, 5); Gallarate (VA), (100, 100x70; 5/12, 5)  
1993  
Busto Arsizio (VA), Advertising Illuminated Rotor (200x300); Gallarate (VA), (120, 100x70; 22/12, 5)  
1994  
Cantù (CO), (100, 100x70; 22/7, 5); Gallarate (VA), (50, 100x70; 12/12, 10); Gallarate (VA), (100, 100x70; 12/12, 10)  
1995  
Genova, (150, 100x70; 9/1, 15); Genova, (200, 100x70; 9/1, 15); Biella, (100, 100x70; 20/5, 15); Venezia e isole, (150, 100x70; 2/6, 15); Legnano (MI), (100, 100x70; 13/6, 10)  
1997  
Milano, (200, 140x100; 21/5, 15);  
1998  
Bellinzona (Switzerland), (30, 140x100; 19/1, 25); Milano, (300, 140x100; 24/7, 15); Rozzano (MI), (80, 100x70; 20/10, 30); Bellinzona (Switzerland), (30, 140x100; 15/12, 25)  
1999  
Agrate Brianza (MB), (50, 100x70; 10/3, 15); Grenoble (France), (50, 100x70; 30/5, 15); Venezia e isole, (100, 100x70; 4/6, 15); Biella, (100, 100x70; 10/9, 15); Genova, (350, 100x70; 18/10, 10)  
2004  
Borgomanero (NO), (40, 100x70; 28/5, 20)  
2005  
Mozzate (CO), (80, 100x70; 1/2, 15)  
2009  
Trieste, (1, 300x600; 21/7, 30)  
Affissioni Brianza (Sovico, Macherio, Biassono, Vedano al Lambro, Lissone, Seregno)  
2011  
Varese, (80, 100x70; 15/10, 15)  
Varese, (40, 140x100; 15/10, 15)  
Gallarate, (40, 140x100; 1/3, 15)  
2013  
Milano, (80, 100x70; 4/4, 10).  
Venezia, (150, 100x70; 29/5, 15)  
Lugano, Campione d'Italia, Varese, Como, Cernobbio, ... (50, different size; 3/6, 15)  
Bergamo, (150, 100x70; 20/12, 15)  
2014  
Magenta-Corbetta (MI), (150, 100x70; 29/2, 15)

SOLO EXHIBITIONS

1995  
Genova, STUDIO LEONARDI V-IDEA  
1999  
Gallarate (VA), ARON ARTE CONTEMPORANEA  
2004  
Novara, FONDAZIONE ACHILLE MARAZZA. Curated by Fabrizio Parachini  
2013  
Lugano, THECA GALLERY. Curated by Andrea Carlo Alpini  
Campione d'Italia, GALLERIA CIVICA. Curated by Andrea Carlo Alpini, Stefano Mazzatorta  
2014  
Saronno, CAMERA DI COMMERCIO ITALO-URUGUAYANA. Curated by Stefano Mazzatorta  
Corbetta (MI), PALAZZO COMUNALE, SALA DELLE COLONNE

GROUP EXHIBITIONS

1988  
Legnano, ASSOCIAZIONE ARTISTICA LEGNANESE  
1989  
Legnano, ASSOCIAZIONE ARTISTICA LEGNANESE

1990  
Milano, LUCIANO INGA-PIN. Curated by Loredana Parmesani  
Los Angeles, KRYGIER LANDAU GALLERY. Curated by Emanuela Gandini  
1991  
New York, GALLERY NIGHT  
Milano, LUCIANO INGA-PIN  
1992  
Milano, IMPRIMATUR. EX CHIESA DI SAN CARPOFORO  
Curated by Achille Bonito Oliva  
1993  
Varzi (PV), RASSEGNA D'ARTE CONTEMPORANEA  
1994  
Genova, STUDIO LEONARDI V-IDEA  
Cantù (CO), MUSEO TEO  
Bologna, ARS LUX  
1995  
Biella, SPAZI URBANI  
Mendrisio, URBAN SPACES. (Switzerland). Curated by Vegetali Ignoti  
1996  
Arbizzo (VA), URBAN SPACES. Curated by Vegetali Ignoti  
1997  
Bologna, NEON  
1998  
Milano, MUTUO SOCCORSO, Curated by No Admittance  
Varese URBAN SPACE, Curated by Vegetali Ignoti  
Rozzano (MI), PERISCOPIO, Curated by Francesco Tedeschi  
Bellinzona (Switzerland), CACT MUSEUM  
1999  
Milano, LA MERIDIANA GALLERY (MIART, Contemporary Art Fair)  
Grenoble (France), GALERIE A48  
Chalon sur Saone (France), XN. GALLERY  
Bellinzona (Switzerland), EX-PALAZZO TROESCH  
Genova, STUDIO LEONARDI V-IDEA GALLERY  
Bellinzona (Switzerland), CACT MUSEUM  
2000  
Milano, LORENZELLI ARTE, MILANO. Curated by Angela Madesani  
Biella, SILVY BASSANESE GALLERY  
Busto Arsizio (VA), FONDAZIONE BANDERA PER L'ARTE  
Bellinzona (Switzerland), CACT MUSEUM  
Torino, LA CROCETTA ARTE CONTEMPORANEA (ARTISSIMA Art Fair)  
2002  
Milano, O' ARTOTECA, Curated by Giovanni Ferrario  
2005  
Mozzate (CO), VILLA SCALABRINO. Curated by Luca Scarabelli  
2007  
Legnano (MI), PALAZZO LEONE DA PEREGO  
2008  
Bellinzona (Switzerland), CACT MUSEUM  
2009  
Trieste, MANIFESTI D'ARTISTA. Curated by Maria Campitelli  
2012  
Genova, MUSEUM of CONTEMPORARY ART VILLA CROCE  
2013  
Milano. THECA GALLERY | Fair Arte Accessibile, "A Contribution to Anonymous History"  
Sovico (MB), APEIRON GALLERY. Curated by Luca Scarabelli  
2014  
Bergamo. THECA GALLERY | Bergamo Arte Fiera, "Voyage en Italie". Curated by Stefano Mazzatorta  
Lugano, THECA GALLERY. "Icon". Curated by di Andrea Carlo Alpini





# PICASSO



**Orario 20 - 22**

# VAN GOGH



**TUTTE LE OPERE**

ORARIO 20.00 - 22.00



UNITED COLORS  
OF BENETTON.



























CONCORSO NAZIONALE CLIO GENIUS

L'ARTE COME SARA', LA MUSICA COME SARA', LA MODA COME SARA'.



GENIUS

E TU CI SARAI?

PICASSO



Orario 20 - 22



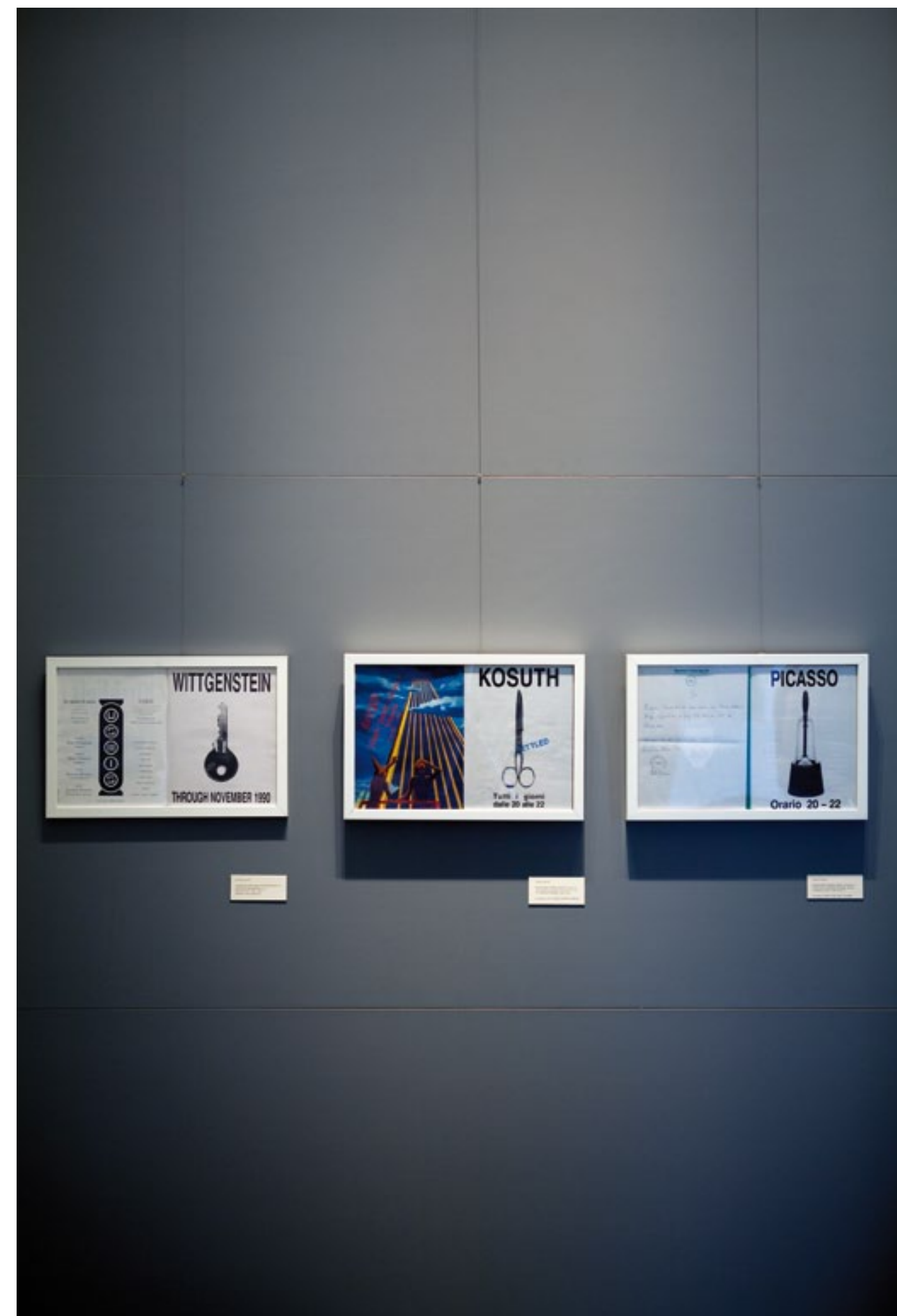
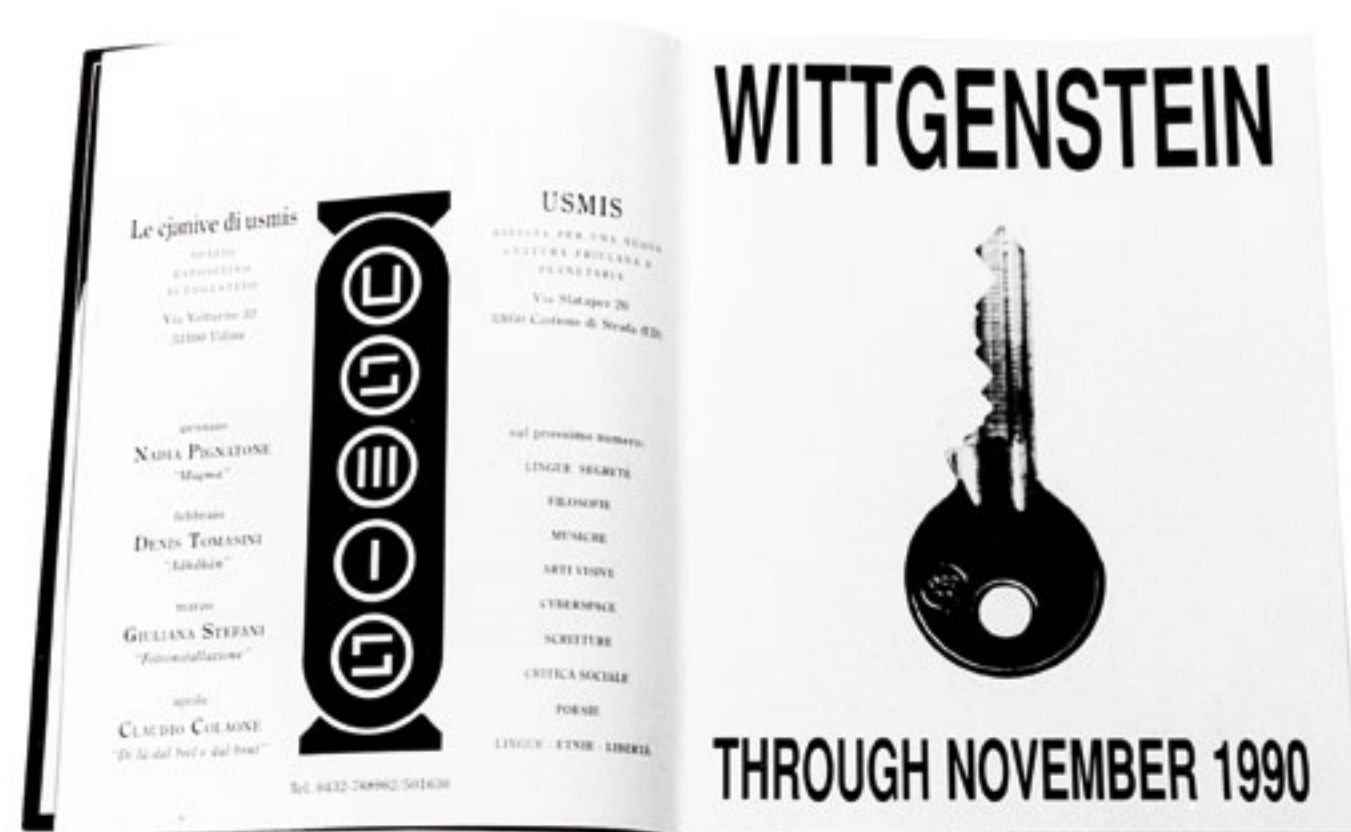
KOSUTH



SETTLED

Tutti i giorni  
dalle 20 alle 22









TUTTE LE OPERE  
ORARIO: 20.00 - 22.00

TUTTE LE OPERE  
ORARIO: 20.00 - 22.00

**VAN GOGH V**

ORGANIZZAZIONE  
CONTABILITÀ  
DICHIARAZIONE  
CONTABILITÀ SU P  
ANALISI  
E GESTIONE  
OFFICE A  
MATION

















MILANO, 1991/1992



GALLARATE/BUSTO ARSIZIO (VARESE), 1992







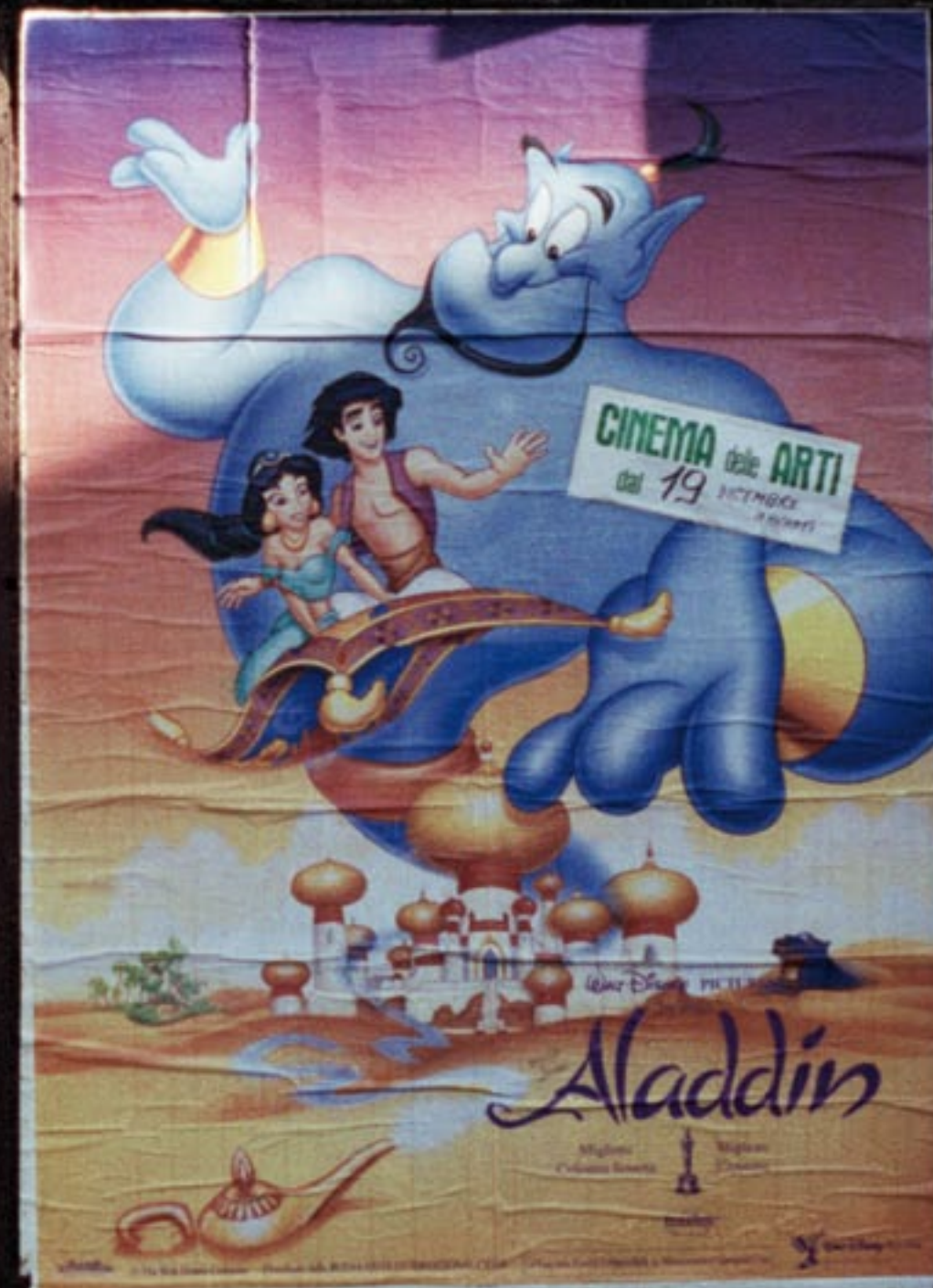












































BIELLA, 1995























SMA 373

Libra

**Climatizzatori Daikin. Per un clima più umano.**



**DAIKIN**  
I CLIMATIZZATORI FISSI



Sai sempre come arrivare  
a quello che vuoi.



**Timberland**

Timberland Store:  
Via Paolo Sarpi 22 - Milano.

Sai sempre come arrivare  
a quello che vuoi.



**Timberland**

Timberland Store:  
Via Paolo Sarpi 22 - Milano.



MILANO, 1997











Ente Cassa di Risparmio di Bellinzona  
 Gruppo Concerti del Bellinzonese  
 Comitato Concerti Bellinzona

Settimane Musicali di Bellinzona  
 1997-1998

**mimi**  
**MUSICA**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Mercoledì, 2 gennaio 1997</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>LA LEGGENDA DI ROBIN HOOD</b></p> <p>Con la partecipazione di: Robert Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> <p><b>Mercoledì, 12 novembre 1997</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>PETER PAN</b></p> <p>Con la partecipazione di: Peter Pan<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> <p><b>Mercoledì, 26 novembre 1997</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>CARTINA</b></p> <p>Con la partecipazione di: Roberto Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> <p><b>Mercoledì, 10 dicembre 1997</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>VIAGGIO NEL MONDO<br/>       ATTRAVERSO LA MUSICA</b></p> <p>Con la partecipazione di: Roberto Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> | <p><b>Mercoledì, 14 gennaio 1998</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>BRUMA, LA FANCIULLA ALATA</b></p> <p>Con la partecipazione di: Roberto Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> <p><b>Mercoledì, 11 febbraio 1998</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>OMI E CICI</b></p> <p>Con la partecipazione di: Roberto Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> <p><b>Mercoledì, 11 marzo 1998</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>STRIP</b></p> <p>Con la partecipazione di: Roberto Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> <p><b>Mercoledì, 2 aprile 1998</b></p> <p>Teatro Chiosso, Teatro Regio Bellinzona<br/>       Teatro alla Scala, Milano (in diretta)</p> <p><b>SALTIMBANCO</b></p> <p>Con la partecipazione di: Roberto Hood<br/>       Preparato da: Roberto Hood, Milano (in diretta)</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**FESTA IN CASTELGRANDE**











MAZIONI  
TE

ore

FERIALI 9 - 18  
DOMENICA 9 - 12

the  
22-23 ore 21  
festa concerto  
Matrimonio  
Vallinotto  
the  
the

INTERRUZIONE

E' VIETATO  
L'ACCESSO  
AI LAVORI

MILANO, 1998







# retrospettiva César



Milano, Palazzo Reale

15 maggio - 12 luglio 1998

Orario 9.30 - 18.30

chiuso lunedì



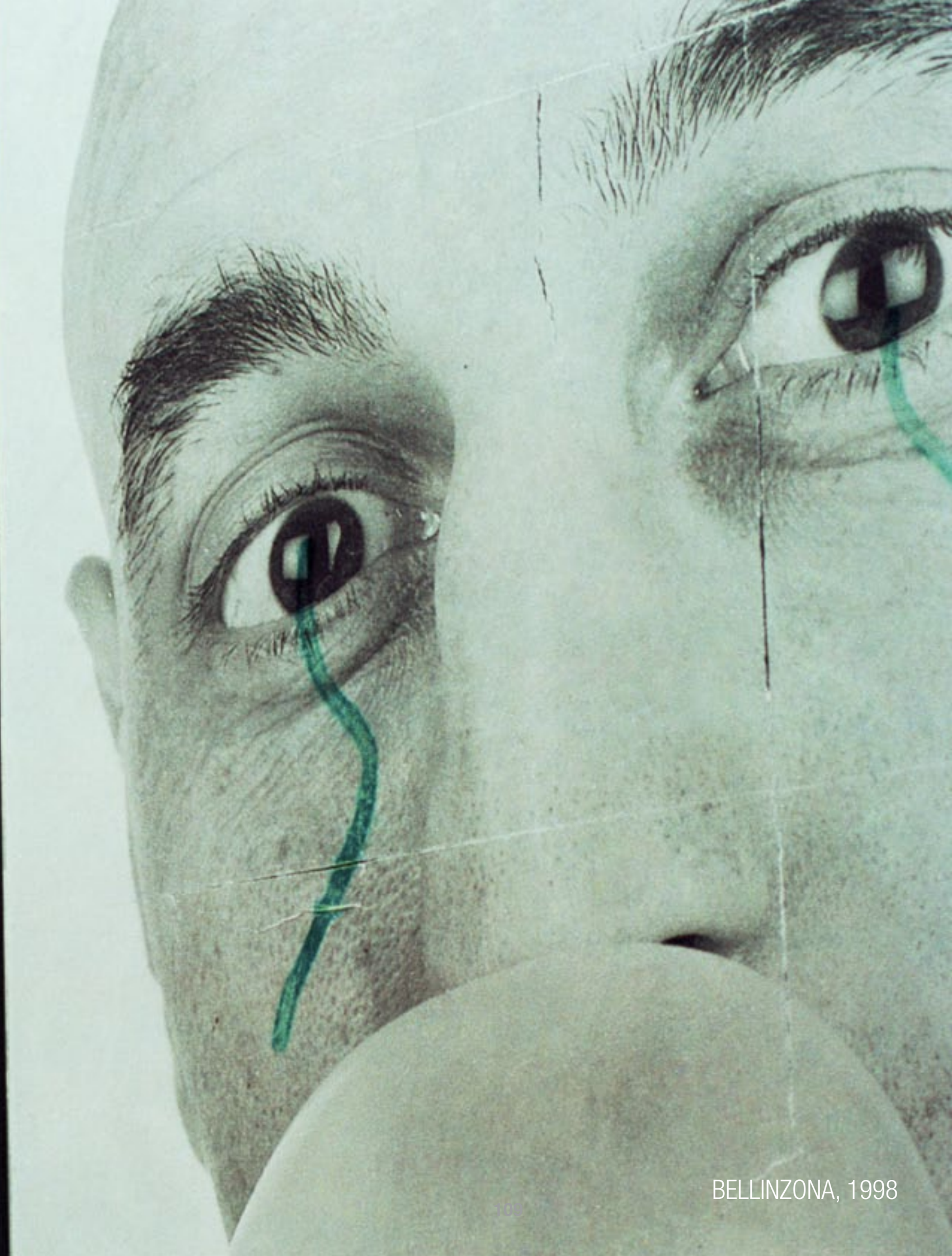
















1

PUNTUALI AGLI  
APPUNTAMENTI.

**PENSATO IN SVIZZERA?  
NO, DA NOI.**

METTERE UN LIMITE AGLI STRAORDINARI.  
RIDURRE L'ORARIO PER I TURNI DISGIATI.  
DARE UN FUTURO A CHI, OGGI, LAVORA A SPIZZICHI E BOCCONI.  
CON REGOLE CERTE NEL CONTRATTO NAZIONALE.  
RICHIESTE FUORI DEL TEMPO?

**I METALMECCANICI ITALIANI SONO  
IMPEGNATI NEL RINNOVO DEL CONTRATT**

FIN-CISL  
ROM-CSI  
ATA-Uni



PUNTUALI AGLI  
APPUNTAMENTI.

**PENSATO IN SVIZZERA?  
NO, DA NOI.**

METTERE UN LIMITE AGLI STRAORDINARI.  
RIDURRE L'ORARIO PER I TURNI DISGIATI.  
DARE UN FUTURO A CHI, OGGI, LAVORA A SPIZZICHI E BOCCONI.  
CON REGOLE CERTE NEL CONTRATTO NAZIONALE.  
RICHIESTE FUORI DEL TEMPO?

**I METALMECCANICI ITALIANI SONO  
IMPEGNATI NEL RINNOVO DEL CONTRATT**

FIN-CISL  
ROM-CSI  
ATA-Uni

**CAPACI DI RISOLVERE**



3

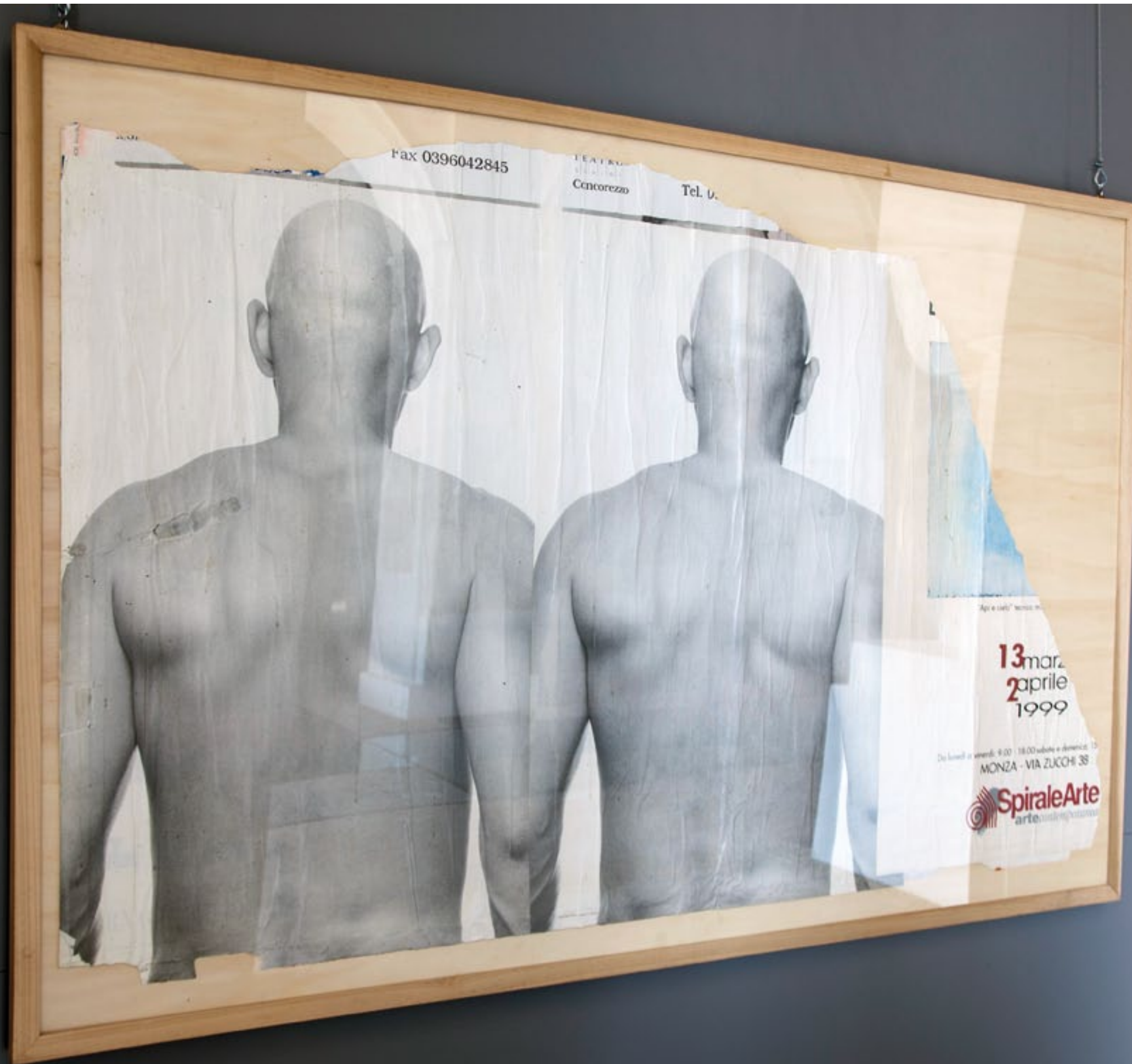
CLAUDIO ROLI

AL RISPARMIO  
ENTRO MODA PASSONI  
VIA GARIBOLDI, 18  
MELLUSCO - 039-623604









Fax 0396042845

TEATRO  
Cintorezzo

Tel. 0...

13 marzo  
2 aprile  
1999

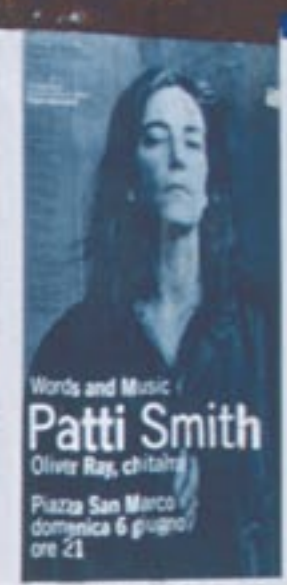
Da lunedì a venerdì: 9.00 - 18.00 sabato e domenica: 10.00 - 18.00  
MONZA - VIA ZUCCHI 38

**SpiraleArte**  
arte contemporanea









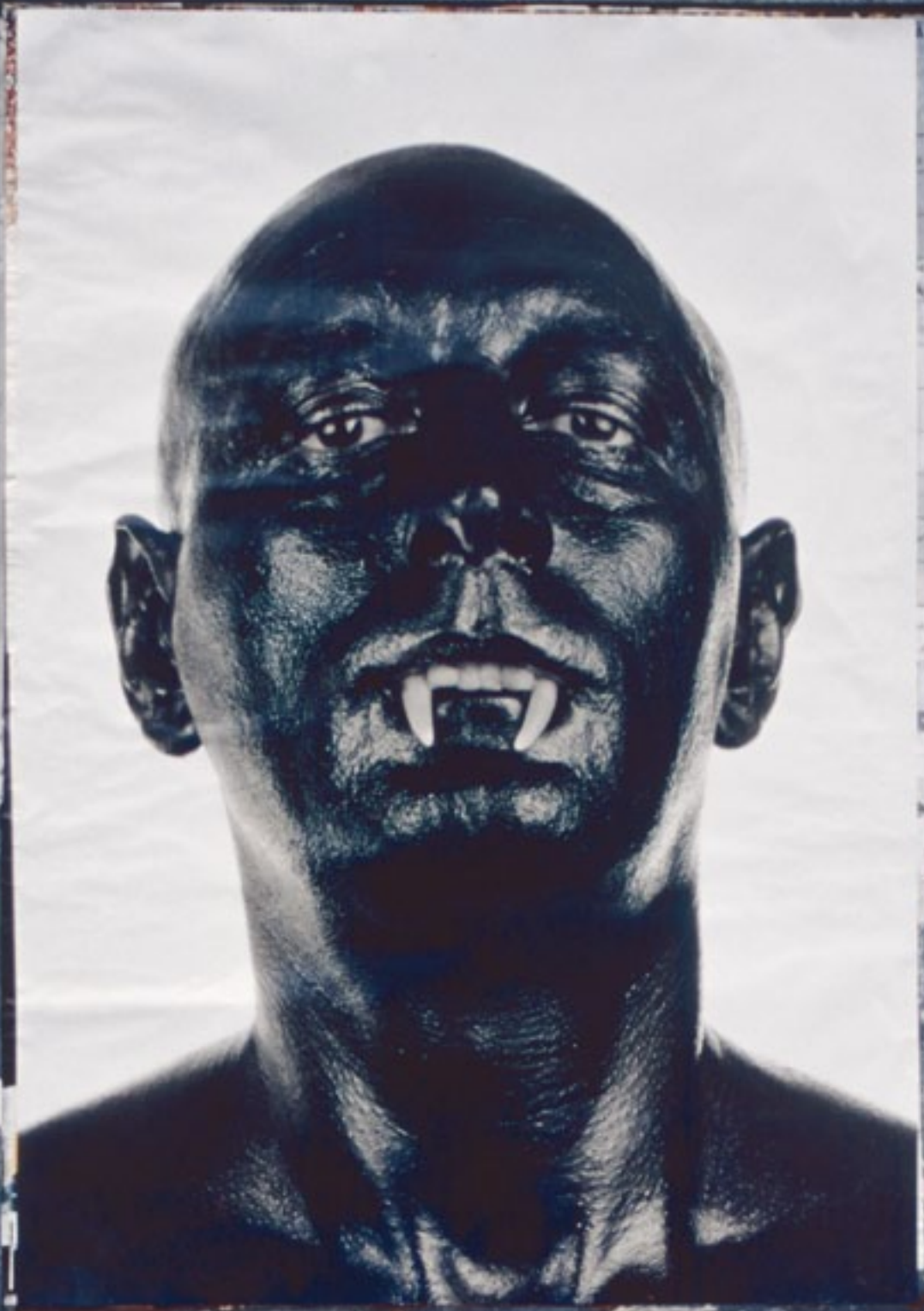






















**12-13 Giugno 2004**  
SABATO 12 GIUGNO

**SABATO 12 GIUGNO**  
Ore 17.00 - Apertura Mostra Mercato delle Fragole  
Ore 19.30 - Cena in Piazza con prodotti tipici locali  
Ore 21.00 - Grande serata danzante con l'orchestra "D. Cavallaro"

**DOMENICA 13 GIUGNO**  
Ore 11.00 - Apertura Mostra Mercato delle Fragole  
Ore 12.00 - Pranzo in Piazza con prodotti tipici locali  
Ore 15.00 - Intrattenimento Musicale  
con l'orchestra "New Magic"  
interverranno i "Solisti Evergreen" e  
la scuola di ballo "Ivan e Romina"  
Ore 19.30 - Cena in Piazza  
Ore 21.00 - Grande Serata Danzante  
con l'orchestra "New Magic"



**NOVARA**  
**Auditorium del Conservatorio**  
**Guido Cantelli**

La leggenda di Achille Varzi e Tazio Nuvolari  
Ingresso libero

DOMENICA 6 GIUGNO 2004 ore 21.30

**FORZATI  
"SUONATI" DA PETRINI**

Ingresso libero

LUCIANO  
MARTELLI



A tall, cylindrical stainless steel thermos. It has a handle at the top and a large section with a fine, grid-like perforation. The thermos is shown against a plain white background.

**TUTTE LE OPERE**  
**ORARIO: 20.00 - 22.00**

**VAN GOGH**

**TUTTE LE OPERE**  
ORARIO: 20.00 - 22.00





CONS

25-26  
febbraio  
2005

brianza casa

fiera dell'arte

brianza casa

A CARBONATE  
DA VENERDI 25 FEBBRAIO

SAPORE MODA

VIA VOLTA 100

CAUSA CESSATA ATTIVITA'

CHIUDE  
PER SEMPRE  
LIQUIDA TUTTO

ABBIGLIAMENTO UOMO - DONNA  
"DELLE MIGLIORI MARCHE"  
AFFRETTATEVI... E' UN'OCCASIONE IMPERDIBILE!

TUTTA LA MERCE  
VERRA' SCONTATA DAL 40% AL 70%

KASIA PRODAZIONE 0331 814734













SOVICO (MONZA), 2009



MACHERIO (MONZA), 2009







BIASSONO (MONZA), 2009







LISSONE (MONZA), 2009



SEREGNO (MONZA), 2009











-50%

LA TRADIZIONE  
CERAMICA  
IN PROVINCIA  
DI VARESE

LA TRADIZIONE  
CERAMICA  
IN PROVINCIA  
DI VARESE

LA TRADIZIONE  
CERAMICA  
IN PROVINCIA  
DI VARESE

LA TRADIZIONE  
CERAMICA  
IN PROVINCIA  
DI VARESE

Passione  
per le scarpe.

**Pittarello**

RHO - Via Capuana (Ang. C.so Europa)  
Gavirate - Centro Civico, Campo del Fiori  
Gallarate - SS.33 Sempione

TEATRO  
VARESE

È INIZIATA LA  
CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
2011-2012

TEATRO  
VARESE

È INIZIATA LA  
CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
2011-2012

TEATRO  
VARESE

È INIZIATA LA  
CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
2011-2012

TEATRO  
VARESE

È INIZIATA LA  
CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
2011-2012

L'ESPRESSO

21 OTTOBRE 2011

L'ESPRESSO

21 OTTOBRE 2011

Francesco Gaccioli

Francesco Gaccioli

Francesco Gaccioli

Francesco Gaccioli

24 MOSTRI NERCI  
NEL DISCO + CD

24 MOSTRI NERCI  
NEL DISCO + CD

8 Sagra  
Salamino  
Morti

8 Sagra  
Salamino  
Morti

TEATRO  
VARESE

È INIZIATA LA  
CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
2011-2012

TEATRO  
VARESE

È INIZIATA LA  
CAMPAGNA  
ABBONAMENTI  
2011-2012

LEGA + LEGA  
+ TASSE + TASSE

LEGA + LEGA  
+ TASSE + TASSE













### **Ancora un'azione nello spazio pubblico: Carlo Buzzi “benedice” Milano**

La funzione dell'arte nello spazio pubblico può essere molteplice. Innanzitutto di natura “estetica”, in quanto l'azione dell'artista aspira sempre a una formalizzazione, qualunque essa sia, all'interno delle diversificazioni che tali termini hanno assunto e possono assumere. In secondo luogo essa può avere una funzione comunicativa o “dimostrativa”, poiché molto spesso, nel voler andare oltre la specificità di un'operazione propria al fare dell'artista, l'opera attiva una comunicazione o dimostra l'esistenza di un problema.

Collegata a questa, l'operazione artistica può raggiungere una possibile funzione “sociale”, che talvolta assume connotazioni politiche o polemiche, o che semplicemente cerca di creare una ragione per azioni che concernono la dimensione del vivere e della relazione fra le persone e con i luoghi.

Nella sua combinazione più complessa, l'azione pubblica dell'arte può aspirare poi anche ad avere una destinazione “progettuale”, che si combini con prospettive di carattere architettonico o urbanistico. In ogni caso, essa intende attivare qualche reazione o emozione, oltre che affermare comunque una posizione autoriale di chi la propone e realizza.

Fra le tante forme che la presenza di un intervento d'artista in uno spazio pubblico può rivestire, ha conosciuto una notevole diffusione, anche se spesso rimane “nascosta in luogo pubblico”, l'affissione di manifesti.

La semplice presenza di un'immagine priva di connotazioni pubblicitarie definite costituisce per sé una provocazione, nei confronti della commercializzazione dello spazio in cui viviamo, che guardiamo, che respiriamo.

Diverse ne possono essere le modalità.

Quella scelta da Carlo Buzzi da tanti anni si qualifica attraverso l'interpretazione, quasi sempre da parte sua, di personaggi e figure interroganti. In questi giorni un numero limitato di manifesti in alcuni luoghi di Milano presentano l'artista stesso coperto dal saio di un frate francescano, che compie l'atto della benedizione. In questo modo Buzzi intercetta alcuni aspetti controversi della condizione in cui l'elemento religioso viene collocato in un'area senza-luogo e senza-tempo, che interroga la percezione distratta del passante, fuori da ogni intento provocatorio o, al contrario, confessionale.

Francesco Tedeschi

Aprile 2013

### **One more action in the public space: Carlo Buzzi “blesses” Milan**

The aims of art in the public space could be various.

First of all, an aesthetic aim, since the action of the artist aims to a formalisation among the different shapes that art can take.

Secondly, the aim could be to communicate or to demonstrate something, because a piece of art often, when it goes beyond the mere artistic operation, activates a communication or demonstrates the existence of a problem.

That's why the artistic operation could have also a social function, which sometimes develops a political or critical connotation, or that simply aims at finding a reason for the actions that deal with our lives and the relationships among people and places.

In its most difficult vision, the public action of art could aim at having a specific destination, which could be combined with architecture or city planning. In any case, it aims at activating some reactions or emotions, along with a definition of the role of those who realize it.

Among the many shapes that public art can take, a great success is represented by the billposting, even if sometimes it remains “hidden in the public space”.

The presence of an image without an advertising message represents a provocative challenge to the idea of the commercialization of the space we live in. Carlo Buzzi, among the multiplicity of options, has chosen to represent questioning people.

These days, some placards posted around Milan represent the artist himself covered by a Franciscan habit of Padre Pio, who is giving his blessing.

In this way, the author deals with some controversial topics concerning religious themes and the perception of the passerbys, far from being provocative or, on the contrary, evangelising.





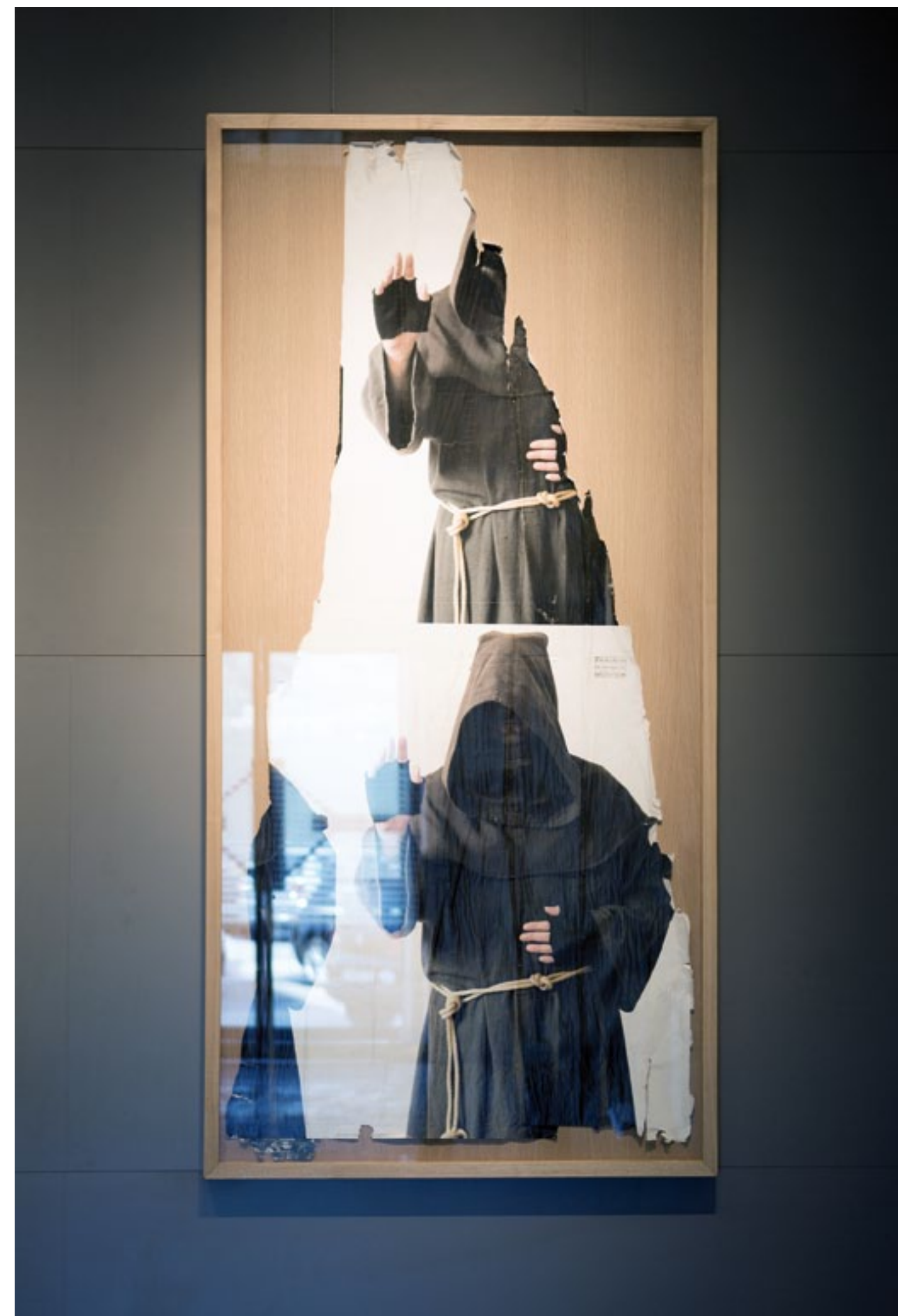
OGGI - SGOMBI  
AMENTI - UFF  
GINE - SOLAI  
ED - FESTIVI  
ONESTISSIM  
338 417812















VENEZIA, 2013







Canal scene, Venice, Italy  
Photograph by [illegible]  
[illegible]



Back of a man, [illegible]  
[illegible]  
[illegible]









COMO, 2013



TREMEZZO / CERNOBBIO (COMO), 2013







Comune di Campione d'Italia



Galleria Civica San Zenone



Theca Gallery Lugano



VARESE, 2013























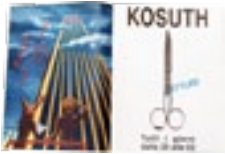








Flash Art, Italian Edition, June / July. Ed. of 30.



Flash Art, Italian Edition, October / November. Ed. of 50.



Juliet Art Magazine, February / March. Unique Edition.

Public Billposting, Milano



3 (Fine art print on paper) 30x45 cm, 2 (Bill of tributes, city map billposting) 30x22,5 cm. Unique Edition.

Advertising Rotor, Busto Arsizio



Fine art print on paper, 70,5x80 cm. Unique Edition.

Public Billposting, Gallarate



Fine art print on paper, 55,5x73,5 cm. Unique Edition.

Public Billposting, Cantù

Fine art print on paper, 83,5x103,5 cm. Unique Edition.  
Private Collection.



Public Billposting, Gallarate

Fine art print on paper, 106,5x106,5 cm. Unique Edition.



Public Billposting, Gallarate

Fine art print on paper, 130x140 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 50x75 cm. Unique Edition. Private Collections.

Public Billposting, Genova

Fine art print on paper, 85,5x103,5 cm. Unique Edition.



Public Billposting, Genova

Fine art print on paper, 85,5x103,5 cm. Unique Edition.  
Private Collection.





Public Billposting, Biella



Fine art print on paper, 53,5x63,5 cm. Ed. of 3.

Public Billposting, Venezia



Fine art print on paper, 80x54 cm. Unique Edition.  
Private Collection.



Fine art print on paper, 54x80 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 64,5x85 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 85x64,5 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 85x64,5 cm. Unique Edition.  
Private Collection.

Public Billposting, Legnano



Ripped posters, 135x135 cm.

Public Billposting, Milano

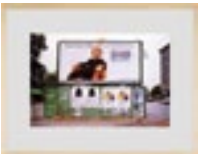
Ripped posters, 150x160 cm.  
Private Collection.



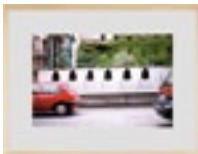
Ripped posters, 129x122 cm.



Fine art print on paper, 64x86 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 49x64 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 49x64 cm. Unique Edition. Private Collections.

Public Billposting, Milano

Ripped posters, 156x220 cm.



Ripped posters, 134x121 cm.  
Theca Gallery Collection.







Ripped posters, 132x100 cm.  
Private Collection.



Ripped posters, 155x115 cm.



Fine art print on paper, 62,5x92,5 cm. Unique Edition.  
Private Collection.



Fine art print on paper, 77,5x52,5 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 52,5x77,5 cm. Unique Edition. Private Collections.



Fine art print on paper, 52,5x77,5 cm. Unique Edition.

**Public Billposting, Rozzano**



Ripped posters, 101x105 cm.  
Private Collection.



Ripped posters, 110x80 cm.  
Private Collection.

**Public Billposting, Bellinzona**

Fine art print on paper, 36x53 cm. Ed. of 3.



**1999**

**Public Billposting, Agrate Brianza**

Ripped posters, 125x80 cm.  
Private Collection.



Ripped posters, 120x190 cm.



**Public Billposting, Venezia**

Ripped posters, 81,5x78 cm.  
Private Collection.



Ripped posters, 205x94,5 cm.



**Public Billposting, Biella**

Ripped posters, 98x130 cm.



Torn posters pasted on removed photo printing, 213x156 cm





Public Billposting, Genova



Ripped posters, 135x135 cm.

2004

Public Billposting, Borgomanero



Ripped posters, 130x98 cm.  
Theca Gallery Collection.

2005

Public Billposting, Mozzate



Ripped posters - Fine art print on paper, 100x272 cm.



Ripped posters - Fine art print on paper, 100x129 cm.

2009

Public Billposting, Seregno



Ripped posters - Fine art print on paper, 103x122 cm.

2011

Public Billposting, Varese

Ripped posters - Fine art print on paper, 72x84 cm.



2013

Public Billposting, Milano

Ripped posters, 205,5x99 cm.



Ripped posters, 90x75 cm.  
Theca Gallery Collection.



Ripped posters, 110x30 cm.



Ripped posters, 102x94,5 cm.



Fine art print on paper, 44,7x50,3 cm.



Fine art print on paper, 50,3x44,7 cm.





Public Billposting, Venezia



Ripped posters, 174x79 cm.



Ripped posters, 114x84 cm.



Ripped posters, 110x80 cm.



Ripped posters, 114x84 cm.  
Theca Gallery Collection.

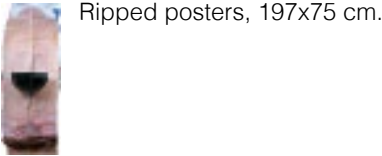


Fine art print on paper, 39x50 cm. Unique Edition.





Public Billposting, Como, Varese, Lugano, ...



Ripped posters, 197x75 cm.



Ripped posters, 136x212 cm.  
Theca Gallery Collection.



Ripped posters, 135x135 cm.



Ripped posters, 107x139,5 cm.  
Private Collection.



Fine art print on paper, 33,75x60 cm.  
Public Collection.  
Galleria Civica, Campione d'Italia.



Fine art print on paper, 39,4 x 35 cm.  
Private Collection.



Fine art print on paper, 39,4 x 35 cm.

Public Billposting, Bergamo



Ripped posters, 114x84 cm.

Ripped posters, 100x70 cm.



Fine art print on paper, 36,7x48 cm. Ed. of 3.



2014

Public Billposting, Magenta/Corbetta

Ripped posters, 114x84 cm.



Ripped posters, 108,5x75 cm.



Ripped posters - Fine art print on paper, 114x82 cm.



Fine art print on paper, 36x53 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 36x53 cm. Unique Edition.



Fine art print on paper, 36x53 cm. Unique Edition.





/20

**THEPUBLICBOOK.IT**

Special thanks: Luca Bonavia, Luca Scarabelli, Tino Facconi, Luciano Inga-Pin, Rosa Leonardi, Fabrizio Rovesti, Gabriele Jardini, Andrea Carlo Alpini

©

Carlo Buzzi, gli autori per i testi, gli autori per le immagini, tutti i diritti riservati. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l'autorizzazione scritta dei proprietari dei diritti e dell'editore.

©

Theca Gallery, Lugano