



DECK CHAIR  
51x110x232 cm

Spazio outdoor per  
una zona di relax  
con stile, praticità  
e resistenza.

Spazio per  
relaxare, in  
comodità e  
sicurezza.

ARTY

MAGGIORI  
INFORMAZIONI



danul - Follow  
Palazzo Strozzi



Liked by theHistoryofArt, today and others  
danul The History of Art // According to Instagram



ARTY®

SUNFLOWERS  
60x90 cm  
€120

ARTY

The communication of the artist's image.  
La valorizzazione dell'immagine artistica.  
La personnalisation de l'image artistique.

ALL THE PRODUCTS INSIDE COME FROM OFFICIAL ONLINE STORES

ARTY

# L'arte di oggi

## La mercificazione dell'immagine artistica: una chance di progetto

#commodification  
#art  
#social media  
#product design

testo di/text by Daniele Rossi

### Art nowadays. The commodification of the artistic image: a chance to project

With the development of the potential of the industrial system and the growth of the world's population, the diversification of production has become necessary. Art, historically produced for an elite society, has entered this system as the most effective means to represent a status symbol. Although this practice has brought an increasing audience to the artistic world, its indiscriminate use has also caused the loss of any rituality in the consumption of the cultural meal. Moreover, the current media network has implemented this phenomenon, increasing the number of references to the world of art, but reducing its awareness. This process has been analyzed by different personalities of the 20th century. Walter Benjamin, in 1935, wrote "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction," for example. In particular, he concludes that the loss of the value of the uniqueness of art-works has led to attribute greater respect towards the original. On the contrary, Gillo Dorfles, in 1972, in his book "Kitsch, an anthology of bad taste", emphasizes how the increase in references to the art world has led to a loss of awareness of the art world. This process and dynamics were analyzed in "The History of Art, according to Instagram", a collection of 1856 posts taken by as many users from around the world and published on the social network. These images, divided into 28 chapters, corresponding to as many artistic

Con lo sviluppo delle potenzialità del sistema industriale e con l'accrescimento della popolazione mondiale si è resa necessaria una maggiore differenziazione della produzione. L'Arte, quindi, storicamente prodotto di consumo di una società d'élite, è entrata in questo sistema come il più efficace mezzo per rappresentare uno *status symbol*. Sebbene questa pratica abbia avvicinato un sempre maggiore pubblico al mondo artistico, il suo uso indiscriminato ha causato anche la perdita di ogni ritualità del consumo del "pasto culturale". Inoltre, l'attuale rete dei mezzi di comunicazione ha implementato questo fenomeno, aumentando il numero di riferimenti al mondo dell'Arte, ma riducendone la consapevolezza. Questo tema è stato analizzato da diverse personalità del XX Secolo. Walter Benjamin, nel volume del 1935, "L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica", per esempio, giunge alla conclusione che la perdita del valore di unicità dell'opera abbia portato ad attribuire un maggior rispetto nei confronti dell'originale. Al contrario, Gillo Dorfles, nel 1972, nel volume "Kitsch, antologia del cattivo gusto", sottolinea come l'aumento dei riferimenti al mondo artistico abbia portato ad una perdita della consapevolezza e di valore degli stessi. Questa dinamica è stata analizzata nel volume "The History of Art, according to Instagram". In esso sono state raccolte 1856 testimonianze fotografiche, di altrettanti utenti del *social network*, scattate all'interno di 108 musei di tutto il mondo. Tali immagini, suddivise in 28 capitoli corrispondenti ad altrettanti movimenti artistici, confermano un cambiamento di atteggiamento nei confronti dell'opera d'arte originale. Sebbene il carattere principale risulti essere la mera necessità degli utenti di comunicare una certa immagine di sé, alcune testimonianze dimostrano anche un consumo più fluido dell'Arte, slegato dai tradizionali canoni di giudizio. Si nota, infatti, interferenze tra diversi settori artistici, dimostrando l'evoluzione del museo da luogo di esposizione dell'Arte, a sede di attività legate all'Arte. Questa analisi ha anche evidenziato come gli stessi musei, in linea con l'atteggiamento degli utenti, abbiano assunto un ruolo social sempre maggiore, alimentando, di conseguenza, una diversa percezione dell'Arte. Il ruolo commerciale degli musei, inoltre, è diventato sempre più rilevante, rendendoli i più grandi rivenditori e produttori di oggetti riportanti immagini artistiche. Le ragioni di ciò si possono riportare sia a ragioni economiche, alimentate dalla necessità umana di raggiungere un certo status symbol, sia al sempre più diffuso culto delle esperienze passate. Il passato, infatti, possiede una straordinaria risonanza suggestiva sotto il profilo emozionale che viene resa tangibile grazie al *souvenir*. Su queste ultime constatazioni si basa il catalogo "Arty", nel quale sono raccolti oltre 1635 articoli, rivenduti in 34 differenti online store di musei internazionali. In esso, tali prodotti sono stati suddivisi secondo il movimento artistico dal quale proviene l'immagine utilizzata per il loro *styling*. In questo modo, si vuole evidenziare come l'immagine



in copertina/on the cover: I due volumi, "The History of Art according to Instagram", il catalogo "Arty", e due tavole rappresentati il progetto "Deck Chair" / The two volumes, "The History of Art according to Instagram", the catalogue "Arty", and two tables representing the project "Deck Chair".

sopra/above: Le pagine interne del volume "The History of Art according to Instagram" e del catalogo "Arty" / The inside pages of the book "The History of Art according to Instagram" and the catalogue "Arty".

a destra/right: Le singole componenti del cabinet Monna Lisa ed una rappresentazione dell'immagine risultante dal porre in successione i moduli / The individual components of the Monna Lisa cabinet and a representation of the image resulting from placing the modules in succession



movements, confirm a change of attitude towards the original work of art. Although the main character turns out to be the mere necessity of users to communicate a certain self-image, some testimonies also demonstrate a more fluid consumption of art, disconnected from the traditional canons of judgment. There are, in fact, interferences between different artistic sectors, demonstrating the evolution of the museum from the exhibition site, to a centre of activities related to art. However, this analysis has also highlighted how museums themselves, in line with the attitude of users, have taken an increasing social role, thus fueling a different perception of the art. Moreover, the commercial role of the museum institutions has become increasingly important, making them the largest retailers and producers of objects with artistic images on. The reasons for this can be related both to economic reasons, fueled by the human need to reach a certain status symbol, and to emotional reasons driven by the increase of the cult of past experiences. The past is extraordinary suggestive from the personal point of view, and it can become tangible through souvenirs. Based on these findings, in the Arty catalogue are collected more than 1635 articles, coming from 34 online bookshops. In the catalogue, these products were subdivided according to the artistic movement from which the image used for their styling comes from. The aim was to highlight the diffusion that has had the practice of commodification and how the artistic image, re-

artistica, a prescindere dalle sue caratteristiche, venga completamente snaturata ed utilizzata in modo indiscriminato per qualsiasi tipologia di prodotto. Definito l'attuale atteggiamento personale nei confronti dell'opera d'arte e constatata la diffusione della pratica della mercificazione, è stato sviluppato un iter progettuale con l'obiettivo di raggiungere l'utente e ridare valore all'immagine artistica utilizzata per gli articoli in commercio. I progetti proposti, dunque, sono stati ideati tutti sulla base di prodotti presenti all'interno di Arty e suddivisi in due categorie. La prima categoria, prende il nome di "Cabinet" ed è costituita da tre progetti di mobili contenitore dimensionati in base agli oggetti che devono contenere. Il primo esempio, "Sunflowers", si basa sui prodotti che si rifanno all'omonima serie di quadri di Vincent Van Gogh. In esso, i gadget sono stati ordinati secondo la loro dimensione. Da questo cabinet ne risulta che di fronte ad un grande numero di prodotti, il singolo oggetto tende a sparire, mentre il soggetto utilizzato per la mercificazione a risaltare. Il secondo cabinet, dedicato all'opera di Piet Mondrian, "Composition No. 1" (1935), si basa sullo stesso principio, ma in esso i singoli scompartimenti sono posizionati in modo da riprendere l'opera originale. In questo modo, le geometrie grafiche e reali si confondono, alimentando ancora di più il significato del contenitore. Il terzo progetto di cabinet si basa sull'opera di Leonardo da Vinci, "Monna Lisa" (1503-1504). Il prototipo si compone di sei cornici in legno di profondità diverse, di cui quattro contenenti oggetti che riportano una porzione dell'opera e due con funzione di distanziatori. L'intero progetto, infatti, è stato pensato in funzione del fatto che, posizionando i singoli moduli in successione e ponendo lo sguardo all'interno tramite il foro posto all'estremità, si possa vedere il volto ricomposto. In questo caso, l'opera oggetto di mercificazione assume un ruolo più significativo. Infatti, sebbene sia possibile individuare i gadget all'interno delle cornici prese singolarmente, quando queste sono poste in successione, l'occhio tende a concentrarsi sulla ricomposizione dell'immagine, eliminando il ruolo del singolo oggetto. Per l'ultima categoria di progetto, si propongono degli allestimenti basati sull'utilizzo di un singolo prodotto ripetuto. Sulla falsa riga delle "Wunderkammer", sono stati progettati degli ambienti che tentano di provocare stupore nell'osservatore. Il primo esempio, "Deck Chair", sfrutta le componenti di sedia a sdraio per definire un modulo componibile in legno e tela in grado di definire spazi di dimensioni e caratteristiche variabili. Tale modulo, pur essendo progettato senza apporre modifiche alle componenti di sedia a sdraio, una volta che viene ripetuto, porta l'utente a concentrarsi sulla stampa dell'opera d'arte, facendo perdere ogni contatto con il prodotto reale su cui si basa il progetto. Nel secondo progetto, invece, sono stati definiti tre allestimenti differenti, ognuno in grado di dare una diversa sensazione sfruttando solo pochi cambiamenti nella disposizione degli elementi. Due sale, delle stesse dimensioni, sono caratterizzate da un rivestimento costituito di cuscini che interessa la maggior parte

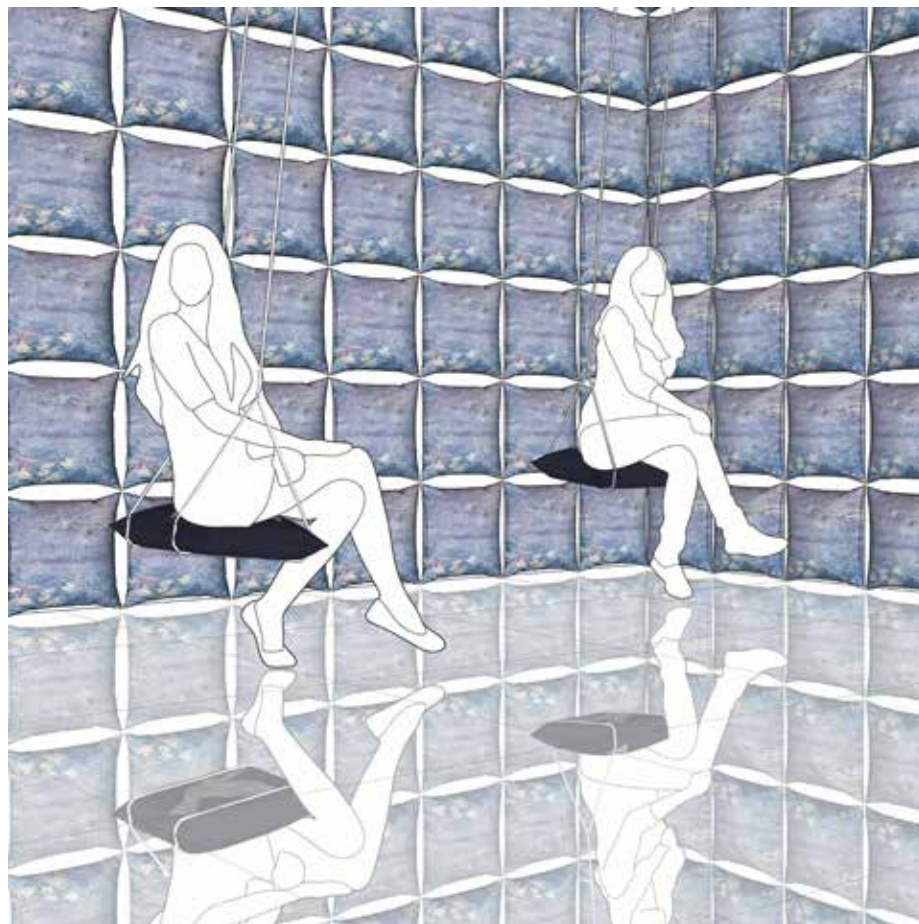


regardless of its characteristics, is completely distorted and used indiscriminately for any product. Defined the current personal attitude towards the work of art and noted the diffusion of the practice of commodification, a design process has been developed. The aim was to reach the user attention and to give back value to the artistic image used for the products on the market. The proposed projects, therefore, were all designed based on products that can be found in the Arty catalogue and are divided into two categories. The first category, named "Cabinet", was named by the sixteenth-century practice consisting of dimensioning furniture according to the objects they contain. The first example, "Sunflowers", is based on products that refer to Vincent Van Gogh's series of paintings. In it, the gadgets were sorted according to their size, placing the larger items at the bottom and the smaller ones at the top. From this cabinet it emerges that: in front of a large number of products, the single object tends to disappear, while the subject used for the commercialization to stand out. The second cab-

inet, dedicated to the work of Piet Mondrian, "Composition No. 1" (1935), is based on the same principle but is it the individual compartments are positioned in order to resume the original work. In this way, graphical and real geometries are easy to be confused, emphasizing even more the meaning of the container. The third cabinet project is based on the work of Leonardo da Vinci, "Monna Lisa" (1503-1504). The prototype consists of six wooden frames of different depths, four of which contain objects with a portion of the art-work printed on and two functions as spacers. The whole project has been thought in the function of the fact that by positioning the single modules in succession and placing the look inside the cabinet through the hole placed at one end, you can see the face of Monna Lisa recomposed. In this case, the commodification process plays a more significant role. Although it is possible to locate the gadgets inside the frames taken individually, when these are placed in succession, the eye tends to focus on the recomposition of the image, eliminating the role of the indi-

vidual object. The last category is based on the repetition of a single product. On the false line of "Wunderkammer", three different environments have been designed to cause astonishment in the observer by simply taking advantage of the repetition of artefacts. The first example, "Deck Chair", uses the components of deckchairs to define a module made out of wood and canvas, which could be used to define spaces of varying dimensions and characteristics. This module, while being designed without making changes to the components of two deckchairs, once it is repeated, leads the user to focus on the printed canvas, and by doing that, on the art-work, losing contact with the real product on which the project is based. After defining the module, several composition options are presented. This leads to obtaining environments that allow the user to re-evaluate the art image and to live the reproduction of art differently. In the second project, on the other hand, by repeating 1704 cushions in three rooms, were defined three different environments each one able to give a different feeling

by simply taking advantage of few changes in the arrangement of the elements. Two rooms, of the same size, are characterized by a covering made by several cushions. In the first room, the walls and ceiling are covered with cushions, while mirrors cover the floor. In it, using the cushion bearing the “Water lilies” of Claude Monet, it was obtained an almost dreamlike environment. Plus, in the room were also placed six swings, made out of simple rope and a cushion on which is printed the “Oiseau de ciel” by René Magritte. On the contrary, in the other room, the mirror is positioned up to the ceiling. There, by using four types of pillows reporting works of Vasilij Kandinskij, the result is a more oppressive environment, which was left empty. The third room is characterized by a double layer of cushions hanging from the ceiling, with a height variable from three meters, to the ground. In there, thanks to the lowering of the cushions, two zones are defined: one characterized by a leaning sky, consisting of pillows bearing the art-work “Almond blossom” (1890) by Van Gogh, and the other one by an ascending floor. On that side, the users can admire a lookalike hill mate by cushions on which is printed the “Lily pond” (1899) by Monet. In this project the aim was to divert the user’s attention from the single object to bring it back to the work of art commercialized, and by doing so, letting the product lose some of its commercial value and regains a symbolic link with the original work of art. In conclusion, the entire project does not want to be a critique of today’s art consumption, now inherent in our lifestyle, but instead tries to exploit those dynamics to define something new that brings back value to the artistic image.



delle superfici. Nella prima, pareti e soffitto sono rivestiti, mentre il pavimento è specchiato. In essa, utilizzando il cuscino riportante le “Ninfee” di Claude Monet si è ottenuto un ambiente quasi onirico. Al contrario, invece, la sala accanto riporta lo specchio a soffitto. Qui, utilizzando quattro tipi di cuscini riportanti opere di Vasilij Kandinskij, però, il risultato è un ambiente più opprimente, quindi lasciato vuoto. Il terzo ambiente, infine, di dimensioni maggiori, è caratterizzato da un doppio strato di cuscini pendenti dal soffitto con un’altezza variabile dai tre metri, fino a terra. In esso, con il calare dei cuscini, si definiscono due zone differenti: una caratterizzata da un cielo pendente, costituito da cuscini riportanti il “Ramo di mandorlo fiorito” (1890) di Van Gogh, e l’altra da un pavimento ascendente. In quest’ultima sono stati inseriti cuscini su cui è stampato “Lo stagno delle ninfee” (1899) di Monet, i cui colori vanno a definire quasi una collina *indoor*. Anche in questo progetto l’obiettivo è distogliere l’attenzione dell’utente dal singolo oggetto per riportarla sull’opera d’arte mercificata, in modo che quest’ultima perda parte del valore commerciale e riacquisisca un legame simbolico con l’opera d’arte originale. In conclusione, l’intero progetto non vuole essere una critica all’odierna modalità di consumo dell’arte, ormai insite nel nostro stile di vita, ma tenta piuttosto di sfruttare tali dinamiche per definire qualcosa di nuovo che riporti valore all’immagine artistica.

a sinistra/left: Il prototipo del progetto Deck Chair e due rappresentazioni delle possibili combinazioni / The prototype of the Deck Chair project and two representations of the possible combinations

in questa pagina/on this page: La sala “Ninfee” di Claude Monet del progetto Pillow / Claude Monet’s “Water Lilies” room of the Pillow project

#### References

- Benjamin W. (2000). L’opera d’arte nell’epoca della sua riproducibilità tecnica. Milano: Einaudi Editore.
- Dorfles G. (1972). Kitsch, antologia del cattivo gusto. Milano: Gabriele Mazzotta Editore.