

Pietro Terzini

L'artista digitale



PIETRO TERZINI: CHE CATTURI L'ESSENZA

L'artista digitale

Pietro Terzini, classe 1990, negli ultimi tre anni è diventato uno degli artisti più richiesti dai marchi di moda, lo chiamo un venerdì mattina per farmi raccontare la genesi di questo successo. Nonostante Pietro abbia soltanto trentatré anni, pare che abbia vissuto tre vite diverse. Ha studiato architettura al politecnico di Milano, erasmus di un anno a Istanbul, dopo la laurea - con lode - decide di cambiare totalmente ambito frequentando un master in marketing e comunicazione alla Bocconi. Subito dopo entra nel team di The Blonde Salad (il blog di Chiara Ferragni) dove rimane per sei anni, parallelamente inizia su Instagram a creare delle opere d'arte, prima digitali, poi fisiche che lo rendono noto. Quello di Terzini è un metodo di lavoro standardizzato e riconoscibile, non è lui ad adattarsi alle richieste del committente, ma è il committente a desiderare che il "marchio" Terzini venga impresso su un cantiere di un negozio, o su una pubblicità. In un momento in cui i social portano a scovare nicchie su nicchie e danno agli utenti un'illusione di unicità, Pietro Terzini ha reso i brand vittime dell'omologazione, diventando uno degli artisti più richiesti sul mercato.

Partiamo dall'architettura: quanto è servito quello studio così rigoroso e immersivo per sviluppare quanto hai fatto dopo?

Pietro Terzini: L'architettura mi ha insegnato un metodo e una disciplina. L'architetto lavora tantissimo per realizzare le idee che stanno alla base del progetto; ciò che si impara è che ogni idea può essere buona, quello che è importante e lavorarci moltissimo, esaminare ogni aspetto.



Courtesy of Pietro Terzini

NOTHING

IS

WRITTEN

IN

STONE

C'è qualche architetto che ti ha influenzato?

PT: Sì, non tanto nello stile, quanto nella filosofia di fondo. Mies Van der Rohe mi ha insegnato l'importanza dell'essenzialità, ogni tanto quando faccio un quadro o una pubblicità provo ad aggiungere qualcosa di diverso e provo ad aggiungere, ma poi mi accorgo che rimuovendo tutto riesco a centrare l'essenzialità dell'opera e a risultare più efficace. E poi non un architetto, ma tre soci gli RCR, che hanno vinto anche il Prietzker, loro mi hanno trasmesso l'importanza della matericità. Gli RCR utilizzano i materiali in maniera abbastanza rude e grezza. Io ora quando prendo un sacchetto distrutto dalla strada non tendo a ricomporlo e riportarlo nella sua forma originale, ha una sua bellezza nell'imperfezione, ecco questa sensibilità l'ho rubata agli RCR.

A proposito di furto, il font che utilizzi è ripreso da Basquiat:

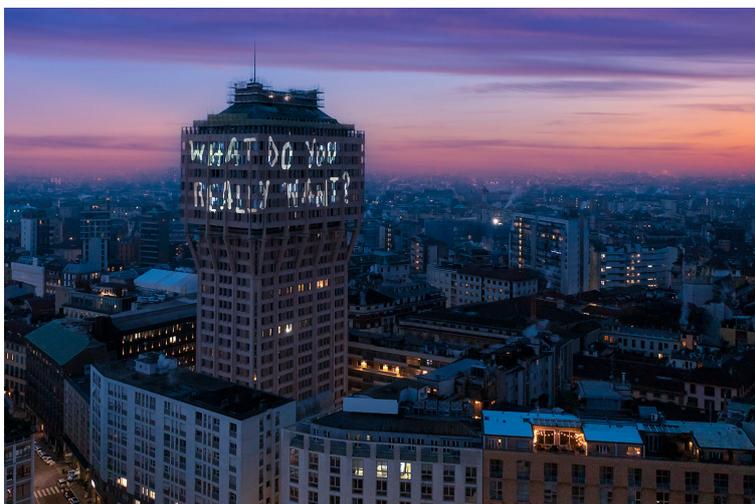
PT: No, premetto che si crea nulla da zero, siamo spugne, o almeno io lo sono, e ci facciamo contaminare dagli ambienti circostanti, dall'arte, dal cinema, dagli immaginari che ci costruiamo o ci "invadono". Nel caso delle mie frasi ho deciso di utilizzare quel

font perché erano anni in cui andava moltissimo il carattere tipografico a bastone, forte dell'influenza di Virgil Abloh. Ecco per differenziarmi ho scelto di perseguire la strada opposta e fare tutto a mano. Questo font più "impreciso" rispecchia molto di più l'uomo e la sua personalità. Inoltre, farlo a mano cambia il tone of Voice del brand, si prende meno sul serio così.

Da come parli si capisce che non corrispondi allo stereotipo dell'artista fuori dal mondo "reale", quanto è importante conoscere il mercato per avere successo in questo campo?

PT: Io sono un caso atipico, quando vado vengo invitato per parlare del mio lavoro da artisti i curatori e gli esperti del settore lo premettono sempre: "Pietro è un'eccezione". Io ho fatto tutto da me. Occorre sapere quali sono i propri asset e i propri canali: il mio era Instagram, pertanto ho realizzato dei contenuti che aderissero a quella piattaforma e a quel linguaggio. Io ho iniziato a lavorare nel marketing di moda e ho applicato le strategie apprese lì alla mia produzione, non c'era una finalità ben precisa, era semplicemente come ero stato

Matilda Ferraris



Courtesy of Pietro Ierzini



NO

RAIN

NO

GUCCI

FLOWER