

# LE MANI DELL'ARTE

**IL CORPO**, e soprattutto le mani, sono le tavolozze su cui Guido Daniele, calabrese di nascita e milanese d'adozione, ma più che altro cittadino del mondo, esprime la sua arte, un misto tra tecniche di *body painting* e fotografia, con riferimenti anche al teatro delle ombre cinesi. Opere sorprendenti e che, forse proprio per la loro natura effimera, appaiono quasi 'magiche'.

DI BEATRICE SANTINI

FOTO © GUIDO DANIELE / WWW.GUIDODANIELE.COM



## HIGHLIGHTS

### TOCCO D'ARTISTA

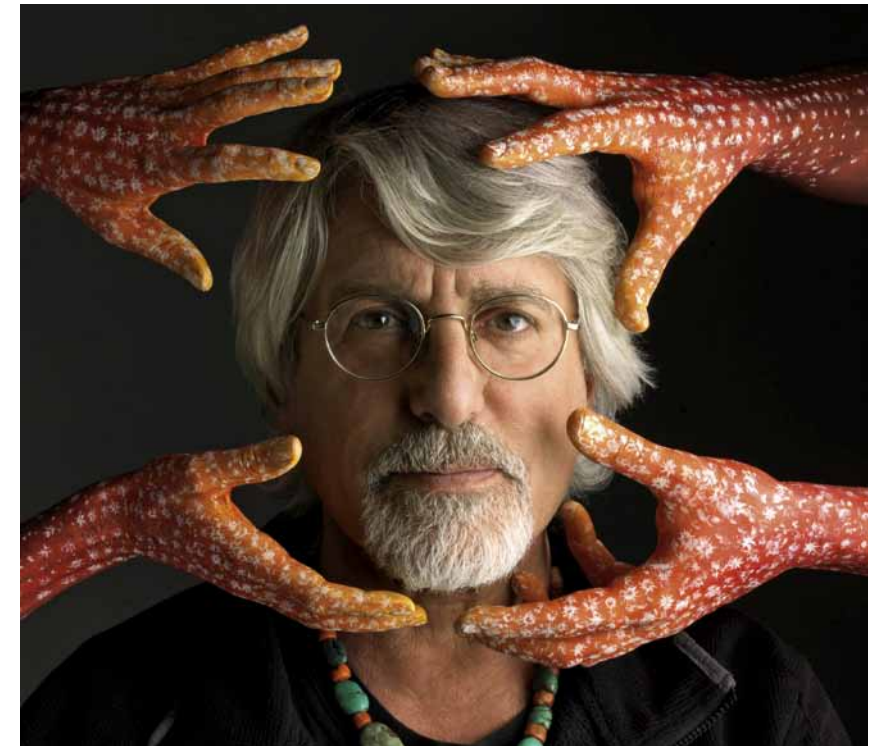
A destra: un ritratto di Guido Daniele. Nella pagina di sinistra: due suoi celebri *handimals*.

**R**iduttivo definirlo un *body painter*, anche se di fatto è tra i più apprezzati artisti del genere. Le sue creazioni sono il risultato di una felice commistione fra le tecniche della pittura sul corpo umano e la fotografia, ma non mancano poetici riferimenti al teatro delle ombre cinesi. Guido Daniele è un personaggio particolare, un contrasto vivente. È nato nel 1950 a Soverato, piccolo centro della Calabria a cui è legatissimo, ma ama Milano al punto da averne fatto il suo 'porto sicuro'. Di rientro dai frequenti viaggi in giro per il mondo - Ladakh, Tibet, Mongolia, India, Madagascar, Seychelles, Thailandia, Bali ... - il capoluogo meneghino lo accoglie ogni volta con i suoi ritmi frenetici che non sembrano affatto disturbarlo, anzi. La verità è che ogni luogo è per lui motivo d'ispirazione, sia che si trovi immerso nella natura selvaggia o in città moderne e culturalmente vivaci. "Viaggiare è uno stimolo potente per il mio lavoro - spiega - ho trascorso il mese di luglio nell'isola di Nosy Be, in Madagascar, ho accarezzato le tartarughe giganti che brucano le alghe sul fondo del mare. Ad agosto ho girato la Mongolia a cavallo, poi sono andato in Sardegna e di nuovo in Madagascar. Non c'è nulla che apra la mente come vedere posti nuovi e diversi fra loro".

### Anima ecologista

Osservando il suo lavoro per campagne pubblicitarie famosissime, come quelle per Algida, Sergio Rossi, Müller, AT&T, Fiorucci, Nintendo o Henkel, solo per citarne alcune, non si può che dargli ragione. Anche se l'accostamento inizialmente disorienta: "Io sono buddista, shintoista e sciamanico", dice di sé. "Credo nella pace, nel rispetto per la vita e per la natura in tutte le sue forme: l'acqua, la terra, l'aria, le piante, gli animali e gli esseri umani". Come si concilia tutto questo con il mondo effimero della pubblicità? Semplice, secondo Daniele: facendo della pubblicità un veicolo per far arrivare alle persone messaggi positivi, in grado di condizionarne non solo e non tanto i comportamenti di consumo, quanto il senso di responsabilità verso l'ambiente e ogni essere vivente.

Una delle campagne più belle realizzate da Daniele, non a caso, è quella per il WWF, associazione tradizionalmente impegnata nella difesa degli animali e delle specie in via di estinzione. Si tratta di una galleria di animali, per l'appunto, anzi di *'handimals'*, ovvero figure dipinte sulle mani con tale precisione da rappresentare la ricerca forse più impegnativa per quest'artista, alla quale deve peral-



tro la sua notorietà internazionale. Protagonisti, spesso e volentieri, sono animali-icona come il panda, l'iguana o l'immane elefante: "Un 'manimale' che piace a tutti, ma che pure è tra quelli più a rischio". *'Handimals'* è anche una mostra itinerante che da anni, ormai, riscuote consensi da una parte all'altra del globo; quest'anno, le stampe *fine art* delle opere di Guido Daniele hanno dato vita a esposizioni in Germania, Ungheria e Romania, precedentemente in Inghilterra, Qatar, Stati Uniti, Cuba, Venezuela, Brasile ... "Il mio manager di Amburgo, Aldo Coscarella, ne sta organizzando altre a Istanbul, a Varsavia ... e una, importantissima, al Rockefeller Center di New York". Sono opere che conquistano per la loro natura effimera, ma anche perché le mani, insieme al viso, sono le parti forse più espressive del nostro corpo. "Le abbiamo ogni giorno sotto gli occhi ... Vederle trasformarsi in qualcosa di diverso è affascinante per chiunque, adulti e bambini. *'Handimals'* è però, soprattutto, l'occasione per sensibilizzare le persone sul rischio di estinzione di tante specie, sulla piaga dell'abbandono e del maltrattamento degli animali proprio per mano dell'uomo".

Per realizzare un *handimal* ci vogliono dalle quattro alle sei ore, ma si può arrivare tranquillamente a dieci se l'immagine è il risultato di più mani unite fra loro, come l'aquila reale dalle grandi ali spiegate che non manca mai di suscitare stupore. La scelta dei modelli non è facile, perché evidentemente non basta avere palmi e dita ben proporzionati: gli arti rischiano di addormentarsi, può

“

**VIAGGIARE**  
è uno stimolo potente per il mio lavoro. Non c'è nulla che apra la mente come vedere posti nuovi e diversi”

**STATUA VIVENTE**

Una modella che Guido Daniele ha 'vestito' da statua, rendendo alla perfezione sulla sua pelle l'idea del marmo.

**OPERE DA COPERTINA**

La copertina di *Vogue Gioiello* dello scorso maggio mostra un'opera di Guido Daniele: affascinanti mani-bambù impreziosite da anelli e bracciali.

capitare che inizino a tremare. Molti, poi, non hanno né la pazienza né la resistenza fisica necessarie per sottostare ai lunghi tempi di posa. Ecco perché Guido Daniele lavora di preferenza con i due figli: Michael James, 21 anni, e Ginevra, 27, che è anche la sua preziosa assistente. Quando il padre non c'è, lo sostituisce - l'ultima volta l'ottobre scorso, per un importante evento di Hermès - e lo fa in modo così egregio da sfatare il detto per cui il talento salta una generazione.

**Illusioni veritiere**

Come ogni artista che si rispetti, Guido non fa preferenze tra le sue opere. Ma ce ne sono due, di recente realizzazione, che hanno per lui un significato speciale. La prima è la scimmietta Pan dipinta sulla mano di Jane Goodall, etologa e antropologa inglese nota soprattutto per la sua quarantennale ricerca condotta in Africa sulla vita sociale degli scimpanzé. Una donna straordinaria, premiata più volte per il suo impegno scientifico, politico e sociale. Il ritratto fotografico del suo viso e della mano 'firmata' da Guido Daniele è stato messo all'asta durante l'evento benefico organizzato per gli ottant'anni della scienziata, il ricavato destinato a finanziare l'attività del Jane Goodall Institute per lo studio e la protezione dei primati.

La seconda opera più amata dall'artista è significativa perché esula dal consueto. Un dipinto su grande scala, realizzato nel 2012 all'ingresso del paese di Posada, nel nuorese. "Ho una casa lì, l'ho costruita 35 anni fa con le mie stesse mani. Nel 2012

il sindaco mi chiese di realizzare un murale che avesse per soggetto il parco fluviale e gli animali che lo abitano. La caccia in Sardegna è molto praticata, l'obiettivo era invitare le persone ad amare gli animali, invece di ucciderli. Ho coinvolto nel progetto tanti amici e conoscenti, volevo farne un lavoro condiviso perché avesse più valore. Ci sono voluti 45 giorni, ma il risultato è bellissimo, confido di poter ripetere presto l'esperienza anche all'estero. Ad Amburgo, probabilmente".

Per Guido si tratta di un ritorno alle origini, visto che proprio dal 'grande formato' è cominciato il suo percorso artistico. Dopo gli studi all'Accademia di Belle Arti di Brera, infatti, si è dedicato prima alle illustrazioni iperrealiste per la pubblicità, poi ai fondali per il cinema e alle scenografie, come quella, enorme, realizzata nel 1997 per il Festival di Sanremo. Intanto si specializzava nell'uso dell'aerografo e nel *trompe-l'œil*, un genere pittorico con antichissime radici fiorito nel Barocco, che gioca sulla prospettiva inducendo nell'osservatore l'illusione della tridimensionalità. Il suo primo *body painting* risale al 1990, quando 'vestì' una modella da statua, rendendo alla perfezione l'idea del marmo, il senso tattile della materia. Esperimento ripetuto più di recente per un'azienda di gioielli, ennesima dimostrazione di una propensione al verismo del tutto personale. "Il cervello umano ha bisogno di questo, di verità. La finzione e i trucchi di Photoshop alla lunga stancano, perché risultano poco convincenti, anche a livello di comunicazione".

Il primo creativo a proporgli di mettere a frutto le sue prime intuizioni a fini pubblicitari fu Michele Bedeschi, proprio nella logica di realizzare qualcosa di così forte, in senso visivo ed emozionale, da superare le sofisticazioni della tecnologia: "Era il 2000. Realizzai quattro immagini di animali per la campagna di comunicazione interna di una banca. Non erano foto destinate al grande pubblico, ma qualcuno le spedì via email a un amico, un altro le condivise sui social network e fu il web, pian piano, a decretarne il successo". Un esempio ante litteram di marketing virale, che fece volare subito in alto le quotazioni dell'autore. Nel giro di un solo weekend, in Inghilterra uscirono due articoli su di lui su altrettante testate nazionali con una diffusione di 6 milioni di copie: la visibilità fu enorme, il successo anche.

Con una buona dose di modestia, Guido afferma di non considerarsi un innovatore. "Il *body painting*, negli anni Settanta, aveva già detto tutto o quasi con Veruschka, che aveva iniziato dipingendo se stessa, con spunti davvero geniali. Anche l'idea delle mani non è farina del mio sacco, casomai è una sfida che ho saputo cogliere. Mario Mariotti, artista fiorentino scomparso nel 1997, si era cimentato prima di me nella pittura su mani, realizzando opere che vengono talvolta confuse con le mie. Ho una grande ammirazione per il suo lavoro, ma rivendico

FOTO © GUIDO DANIELE/WWW.GUIDODANIELE.COM



“  
**IL CERVELLO**  
umano ha bisogno di verità. La finzione e i trucchi di Photoshop alla lunga risultano poco convincenti, anche a livello di comunicazione”



#### UN COMPLEANNO SPECIALE

Jane Goodall, etologa e antropologa inglese nota per le sue ricerche sugli scimpanzé africani, posa con Guido Daniele che, in occasione dei suoi ottant'anni, le ha dipinto una scimmietta sulla mano. In seguito, il ritratto 'artistico' della scienziata è stato messo all'asta per finanziare l'attività del Jane Goodall Institute per lo studio e la protezione dei primati.

#### ILLUSIONI FANTASTICHE

Tutto il mondo di Guido Daniele è visitabile online su: [MB-QR.COM/OOE](http://MB-QR.COM/OOE)



#### QUESTIONE DI PUBBLICITÀ

Due delle tante campagne pubblicitarie realizzate da Guido Daniele: quella per il WWF e quella per Müller.

un'originalità di approccio dettata in parte dal differente *background*. Abbiamo stili diversi, il mio è più realista, perché è da lì che provengo. Ho frequentato la scuola di *thangka* tibetani a Dharamsala, in India, dove si realizzano questa sorta di stendardi dipinti o ricamati su seta o cotone; lì ho appreso la cura quasi maniacale del dettaglio. Trasferire tutto questo nell'*hand painting* è stato ... istintivo”.

#### Istinto per il dettaglio

Un saggio della sua abilità di miniaturista, Guido l'ha offerto ultimamente lavorando alla campagna '*United in diversity*' per Henkel, grande azienda chimica tedesca con sede a Dusseldorf e 125 rappresentanze in altrettanti Paesi. I soggetti, in questo caso, non sono animali ma persone di diverse etnie e culture, rappresentate ciascuna su ogni dito della mano e nella mano unite, come dovrebbe essere nella vita reale. Anche i particolari più piccoli sono perfettamente leggibili, dal taglio degli occhi ai bottoni degli abiti, alle pieghe della pelle.

Non meno sorprendenti risultano le composizioni di tante mani intrecciate, a restituire i luoghi-simbolo di Paesi come la Cina e il Paraguay, l'India, il Costa Rica, il Giappone... Per il colosso americano delle telecomunicazioni AT&T, in particolare, Guido ha realizzato una straordinaria serie di monumenti animati, tra cui un'inedita versione del Ponte di Rialto, i monoliti di Stonehenge, la Tour Eiffel. Dopo le mani, i piedi, dipinti in forma di pesci e serpenti arrotolati su se stessi per la campagna di Stada CIS, *holding company* russa parte del Gruppo farmaceutico internazionale Stada Arzneimittel AG.

Nel repertorio dell'artista, non mancano i *body paintings* di grandi dimensioni (e grande difficoltà) dove la 'tela' diventa l'intero corpo umano. Non servono ore, ma un'intera giornata di lavoro per trasformare una modella in tigre, in pantera, in leopardo ... e documentare il tutto in servizi come quello firmato nel 2012 per il magazine *Amica* da Douglas Kirkland, il fotografo di Marilyn Monroe e di centinaia di star di Hollywood.

Usa solo prodotti anallergici, Guido Daniele. Pigmenti testati e rigorosamente non tossici che sono in realtà ciprie compatte da trucco, largamente utilizzate anche dagli artisti di teatro. Si sciolgono con l'acqua e, una volta applicati sulla pelle, si asciugano subito. Le sfumature possibili sono infinite, l'effetto è opaco. Se serve del lucido, come nel caso della campagna realizzata anni fa per i gelati Magnum di Algida, basta spruzzarvi sopra un po' d'olio per il corpo per bambini e il gioco è fatto: l'illusione è quella del cioccolato vero.