



alban**hajdinaj**

galleria  
contemporaneo

ANTIGA EDIZIONI

alban**hajdinaj**



Beni, attività e produzioni culturali



Città di Venezia / City of Venice

Sindaco / Mayor  
Massimo Cacciari

Settore Attività e Produzioni Culturali,  
Spettacolo, Sistema Bibliotecario  
Assessora alla Produzione  
Culturale / Councillor for Culture  
Luana Zanella

Direttore / Director  
Roberto Ellero

Galleria Contemporaneo  
Direttore artistico / Art Director  
Riccardo Caldura  
Amministrazione / Administration  
Beatrice Barzaghi  
Web Master  
Roberto Moro

**Only one (artist) / KROSSING**

Evento Collaterale  
alla 53. Esposizione Internazionale  
d'Arte - La Biennale di Venezia  
Collateral Event  
of the 53rd International Art Exhibition -  
La Biennale di Venezia

ALBAN HAJDINAJ  
6 giugno - 25 luglio 2009  
6 June - 25 July 2009

Mostra e catalogo a cura di  
Exhibition and catalogue  
curated by  
Riccardo Caldura  
Shima Rubens

In collaborazione con  
In collaboration with  
Galleria Nazionale delle  
Arti di Tirana, Albania  
Albanian National Gallery  
of Arts, Tirana

Testi di / Contributions by  
Riccardo Caldura  
Daniele Capra  
Alban Hajdinaj

Traduzioni/Translations  
Chris Gilmour, Simonetta Caporale

Fotografie dell'allestimento  
Setting shots  
Cinzia De Negri

Progetto Grafico di  
Graphic Design by  
Studio Dell'Antonia Design

Stampato presso  
Printed by  
Grafiche Antiga SPA  
Crocetta del Montello - Treviso  
ISBN

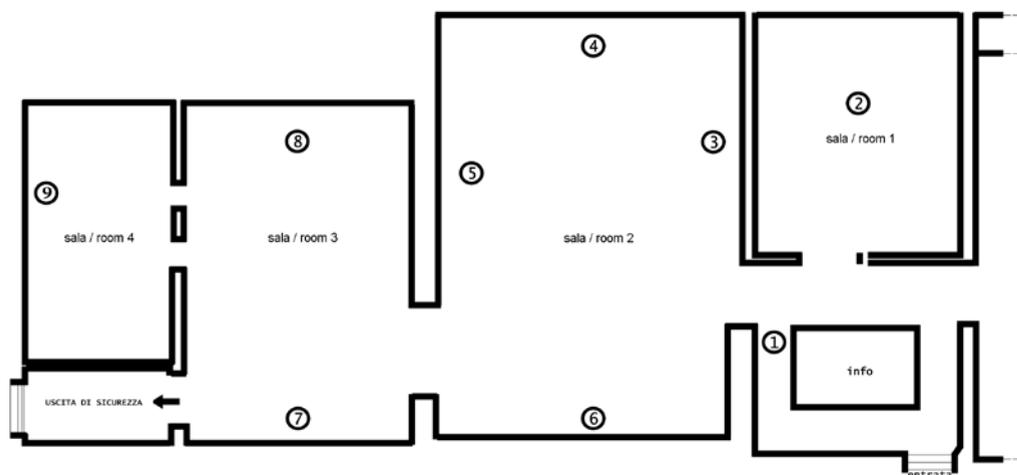
© Comune di Venezia  
Galleria Contemporaneo  
© Gli autori / The Authors  
© Alban Hajdinaj

Galleria Contemporaneo  
P.tta Mons. Olivotti 2  
30171 Mestre-Venezia  
Tel +39 (0)41 952010  
info@galleriacontemporaneo.it  
www.galleriacontemporaneo.it



Alisa and Sarah, 2006, color, sound, sottotitoli in inglese/english subtitles, 13' 53''

## Opere esposte / Exhibited works



- 1 *Man in glasses*, 2007, pastelli su sacchetti di carta/pastels on paper bags
- 2 *Alisa and Sarah*, 2006, color, sound, sottotitoli in inglese/English subtitles, 13' 53"
- 3 *Readymade*, 2007, pagine di libro trovate/found book pages, 23,2 x 15,6 cm (ognuno/each)
- 4 *Works on paper*, 2007-2009, (installazione/installation), pastelli su sacchetti di carta/pastels on paper bags, misure varie/various dimensions
- 5 *Works on paper*, 2007-2009, (installazione/installation), pastelli su sacchetti di carta/pastels on paper bags, misure varie/various dimensions
- 6 *Back side collection*, 2009, stampa fotografica/photo print, dimensioni varie/various dimensions
- 7 *June in Albanian means month of cherries*, 2002, fotografie/photographs 130x110 cm (ognuno/each)
- 8 *Alisa and Sarah (Garden)*, 2006, color, sound, sottotitoli in inglese/English subtitles, 13' 53"
- 9 *Uomo Vogue*, 2007, color, sound 28' 48"

## Quel che accade sotto gli occhi

Riccardo Caldura

Quella di Alban Hajdinaj è una ricerca che sonda la natura dell'immagine, i riflessi di cultura e storie diverse che si riverberano nella quotidianità, a partire da ciò che lo circonda, da quel che gli è prossimo. Guardarsi attorno, prestando attenzione a fenomeni del mondo contemporaneo che, quasi fossero attraversati da impercettibili linee di frattura, possono rivelare smottamenti del senso comune, cedimenti in atto nella tessitura apparentemente omogenea dell'ambiente circostante. Non si può parlare di un approccio critico alla realtà, semmai di una procedura di rilevamento che viene tarata di volta in volta a seconda del micro fenomeno che si viene analizzando. Assunto il campo d'indagine, evidenziata un'area di osservazione e circoscritto il dato che interessa, inizia una ulteriore fase del lavoro: non solo rilevare la presenza di insospettabili faglie, ma seguirle, a volte provarle, come se si trattasse di saggiare l'effettiva tenuta sottocutanea della quotidianità. Qualcosa può affiorare da sotto la superficie delle cose, così come può generarsi un altro volto in quel volto stampato a corredo della pagina di presentazione di un maestro della letteratura; pagina che uno studente sta leggendo, osservando. Magari seguendo con la penna, per noia o svago, fino a trasformare, deformare, rendere irriconoscibili i tratti somatici di quel medesimo volto. Distruzione e creazione sono momenti così vicini, la penna segue e marca la linea di faglia lungo la quale può emergere un altro essere dai tratti consueti del volto di un protagonista della cultura. Leggerezza di un gesto giovanile che non assume alcuna esplicita posizione 'contro' la tradizione o l'organizzazione didattica, 'contro' ciò che deve essere studiato e accettato, che letteralmente 'non' si pronuncia. Si tratta di un atteggiamento muto di 'non' contestazione, ma allo stesso tempo, in questo mutismo, è inscritta una forma larvata di non accettazione. Questo fenomeno si è manifestato e continuerà a manifestarsi, innumerevoli volte sotto le più diverse latitudini. Evidentemente però, per Alban Hajdinaj, rappresenta qualcosa di più o di diverso dalla semplice reazione spontanea, e ubiquitaria, alla routine scolastica. Disponendo alcune pagine di manuali di letteratura in lingua albanese, dove compaiono questo genere di disegni ed esibendoli, egli pare indicarci - partendo appunto dal 'già fatto' altrui (*Readymade* è l'esplicito titolo del lavoro) -, che il dato rilevato grazie a quelle pagine riguarda la possibilità che qualcosa si generi incessantemente lungo gli

orli di ciò che sembra ovvio quanto può esserlo il volto di un J.W.Goethe, piuttosto che di un Victor Hugo. *Readymade* nella sua scarna semplicità rappresenta un incipit, non tanto in senso cronologico (la serie di pagine raccolte e presentate è del 2007), quanto concettuale alla ricerca di Hajdinaj. Partire cioè da un dato, scorgere ciò che si cela sotto la sua superficie, portare quel che si è rilevato in primo piano, senza per questo negare la superficie, cioè il dato di partenza. Nell'analisi tecnica sulla genesi di un dipinto, il processo di osservare, al di sotto della superficie dell'opera, quelle originarie soluzioni che l'autore poi non ha sviluppato, ma che in qualche modo si sono comunque mantenute, viene definito 'ripensamento'. In qualche modo il lavoro di Hajdinaj mira a far notare ciò che si cela sotto un'immagine consueta, ciò che vi può affiorare attraverso, evidenziando così quel che nell'immagine stessa vi è da 'ripensare'.

Se si prende in esame un altro lavoro di Hajdinaj, composto da una articolata serie di immagini, tutte dovute alla rielaborazione di noti loghi commerciali, il processo di affioramento/ripensamento risulta chiaro. Ora il dato di partenza non è più offerto da pagine di manuali scolastici, ma è rappresentato dalle figure, a volte dalle combinazioni dei caratteri, che compongono il nome e l'immagine di un prodotto commerciale, cioè il suo logo. Il logo rappresenta, proprio per la sua riconoscibilità sociale, un fenomeno di cristallizzazione e limitazione dell'immagine. Quando l'immagine si fa logo, è come se si assistesse ad una perdita di stratificazione dell'immagine stessa. Che subisce, graficamente non meno che concettualmente, un processo di 'appiattimento'. La ricerca di Hajdinaj in questo caso riguarda la possibilità di aprire l'univocità e la riconoscibilità del marchio di un prodotto di consumo, ad una dimensione più indeterminata e oscillante, meno 'piatta'. Quasi a restituire la polivalenza della originaria natura di immagine anche allo stereotipo del marchio commerciale. Il punto non è, ovviamente, quello di negare, magari con vis polemica, il logo in quanto elemento di un planetario mercato del consumo, ma semmai di riutilizzarlo a sua insaputa, agendo, per così dire, alle sue spalle; dissolvendone la funzione come immagine univocamente riconoscibile di un prodotto. Smentendo la 'piatta' univocità di senso del logo, può riaffiorare il 'ripensamento' nascosto in quella medesima, stereotipata, immagine. Si tratta di un approccio concettualmente complesso che Hajdinaj risolve però con una metodica relativamente semplice. Nello specifico egli si limita a ritoccare i *paper bags* di alcuni prodotti di consumo: dalla cioccolata

ai jeans, dalle catene di ristorazione ai prodotti per lo sport. O meglio a ridisegnarli, a mano, a colorarli, a cancellarli parzialmente. Così che la rigidità del logo non sia più tale e sembri animarsi. Il cavallino di una nota ditta di prodotti di alta pelletteria è improvvisamente circondato da suoi simili sbucati da quello spazio infrasottile compreso fra la carta e il marchio commerciale, ritornando così ad essere uno dei concitati partecipanti ad una gara ippica. L'immagine dell'animale, liberata dalla costrizione del logo, ricomincia per un momento a correre fra i suoi simili. La varietà degli interventi proposta dall'artista di Tirana gioca con leggerezza a smentire la fissità dei vari loghi di prodotti di consumo, gioca con la loro stereotipia comunicativa, così che le immagini non più vincolate alla loro esclusiva funzione comunicativa possano rimettersi in moto, e produrre degli ibridi assai inconsueti fra, ad esempio, un linguaggio formale di ascendenza suprematista e il parziale rifacimento cromatico del nome/marchio di una importante ditta spagnola di fast fashion.

Quel che sembra però premere ad Hajdinaj non è tanto l'aspetto di maggior o minore abilità, di tocco più o meno lieve nel riuscire a produrre cortocircuiti fra immagine di ascendenza artisticamente nobile e logo commerciale: semmai si tratta di ripensare la natura fondamentalmente chimerica dell'immagine. Il ripensamento proposto dall'artista albanese, riguarda dunque l'affiorare di quella condizione polivalente in cui la forma riprende ad oscillare, dilatando i limiti della sua riconoscibilità, sciogliendo il rigore della sua fissità cristallografica, lasciando agire quelle impercettibili linee di frattura grazie alle quali, una volta ancora, da un corpo di drago si genera quello di una capra, da quello di una capra uno di leone. Questa è, letteralmente, la Chimera, essere dei primordi, partorito da Echidna (vergine e serpente mostruoso che vive nelle cavità della terra), così come ci viene descritta da Esiodo nella Teogonia. Chimera rappresenta quell'inesauribile capacità generativa che confonde gli esseri l'uno nell'altro, senza limiti riconoscibili di forma; condizione di un mondo che precede l'ordinamento olimpico composto da Zeus, e che continua a trapelare all'interno del mondo olimpico, nella stessa capacità trasformativa del padre degli dei (ora nube, ora cigno, ora bagliore che incendia). Chimera è fatta di innesti di corpi diversi, è figura oscillante cui sembra incarnarsi esemplarmente la natura ibrida dell'immagine; assemblaggio *ante litteram* che non conosce limiti di sorta che dividano e ordinino nettamente le parti.

Se questa ripresa di una remota pagina esiodica ha un senso, è perché

tramite essa, un lavoro specifico di un artista odierno può evidenziare probabilmente una più generale condizione della contemporaneità nella quale viviamo. È questa che sembra essere sottoposta ad incessante processo di dilatazione e trasformazione dei limiti prestabiliti fra culture, tradizioni, funzioni. Alban Hajdinaj è un artista albanese, con un periodo di studio e residenza alla Cité des Arts a Parigi, appartenente ad una generazione che era adolescente nel momento del crollo del regime comunista. Ma che significa albanese? Che qualcosa nel suo lavoro è identificabile con il suo paese? Anche sì, se si pensa a quanto problematica sia stata la questione dell'immagine, quanto importante la sua inequivocabilità, la sua cristallizzazione, in un regime totalitario come quello che ha isolato l'Albania per decenni dal resto dell'Europa (sia occidentale che orientale). E non è dunque così casuale che alla riscoperta della natura equivoca, oscillante, chimerica dell'immagine si dedichi un lavoro come quello di Hajdinaj. E in fondo viene spontaneo chiedersi se l'identità albanese (non meno che quella francese, italiana etc.) non celi anch'essa qualcosa della natura del corpo di un drago, che si innesta in quello di una capra, che si innesta in quello di un leone. Le identità nazionali sembrano essere paragonabili - richiamandosi al lavoro di Hajdinaj e lasciando che il pendolo dell'oscillazione ritrovi il polo della specificità e non solo della generalità - a dei 'loghi' sottoposti ad un processo di profondo 'ripensamento', che non si limita a negarle, quanto semmai a ritrovarne la polivalenza, a far affiorare sulla loro superficie identitaria, magari seguendo i tratti del marchio, anche le altre possibili soluzioni inscrittevi.

In uno dei video di un dittico (*Alisa and Sarah*, 2007) girato dall'artista - anche se cambia il mezzo espressivo, è pur sempre un micro fenomeno di vita quotidiana ad esser attentamente indagato -, le due bambine protagoniste sono riprese mentre sfogliano un album di figurine di campioni americani del wrestling. Entrambe ne leggono ad alta voce i nomi e le caratteristiche fisiche (peso, altezza). Ed un po' alla volta in un crescendo di eccitazione, sono loro stesse a cimentarsi nella lotta. Il video ritrae un interno piccolo borghese che potrebbe essere ovunque in Europa, l'album sulla moquette descrive i nuovi eroi di una rappresentazione del corpo maschile che fino a non molti anni fa aveva un'unica, autoctona quanto ufficiale, rappresentazione: quella elaborata dalla ideologia del passato regime, cioè le figure dell'operaio, del soldato, e la ritrattistica del leader. A questa rappresentazione, di cui quelle bambine più nulla sanno, ma di cui Hajdinaj è ben consapevole

*Zoology*, 2007,  
pastelli su carta/pastels  
on paper, 53,5 x 49 cm

avendo lavorato al recente riordino delle collezioni della Galleria Nazionale delle Arti di Tirana, si sovrappone una nuova stereotipia della mascolinità, dovuta ora alla strisciante e anonima pervasività del mercato della pubblicitaria occidentale che accompagna lo sviluppo economico del paese. Analogamente, nel secondo video del dittico, la plurisecolare tradizione musulmana subisce una scossa, una radicale, quanto appena percepibile, trasformazione. I primi versetti del Corano vengono recitati a memoria dalle due medesime protagoniste. Ma Alisa e Sarah non intendono più il senso del testo coranico insegnato loro dal nonno, e le parole suonano come uno scioglilingua, una filastrocca che le fa sorridere, nello sforzo reiterato di una recitazione corretta. Chimere che si generano sotto i nostri occhi: la tradizione religiosa musulmana dovuta alla lunga occupazione turca, poi proibita durante il regime ideologicamente ateo, è stata riesumata negli anni della recente democrazia. Ciò che resta, il dato che emerge dall'indagine di Hajdinaj, è questo delicato sproloquio recitato da due bambine in un giardino estivo dei sobborghi di Tirana.





*Man in glasses*, 2007, pastelli su sacchetti di carta/pastels on paper bags

### **Appena dietro la superficie**

Daniele Capra

*Se vedere e sapere erano i grandi interrogativi al tempo stesso etici ed estetici a partire dal XVIII secolo e i suoi Lumi, vedere e potere diventano le grandi questioni del nostro XXI secolo.<sup>1</sup>*

McDonald's, Levi's, Kentucky Fried Chicken, Puma. C'è una cosa che hanno in comune queste aziende, oltre al fatto di essere delle multinazionali, spesso criticate da chi auspica uno stile di consumi più responsabile o più attento ai valori sociali ed ambientali: basano molta se non tutta della propria strategia comunicativa sulla riconoscibilità del marchio, dei colori, del logo, di quegli elementi che sono cioè in grado di conferire valore aggiunto ai prodotti che vendono. Il meccanismo è piuttosto semplice, un motivo grafico o una scritta - o più spesso entrambi associati - vengono riprodotti milioni di volte e disseminati programmaticamente su differenti supporti, dagli imballi alle riviste patinate, passando per le strade, le sponsorizzazioni sportive, la televisione e via di seguito<sup>2</sup>. Un utilizzo così spropositato, sebbene conferisca potere e forza commerciali, porta progressivamente al logoramento ed al deterioramento del valore iconico del brand, che diventa una cosa differente, un simbolo che manifesta esclusivamente l'identità dell'azienda. Una sorta di formidabile promemoria commerciale che nei fatti rende però afasica l'immagine di partenza.

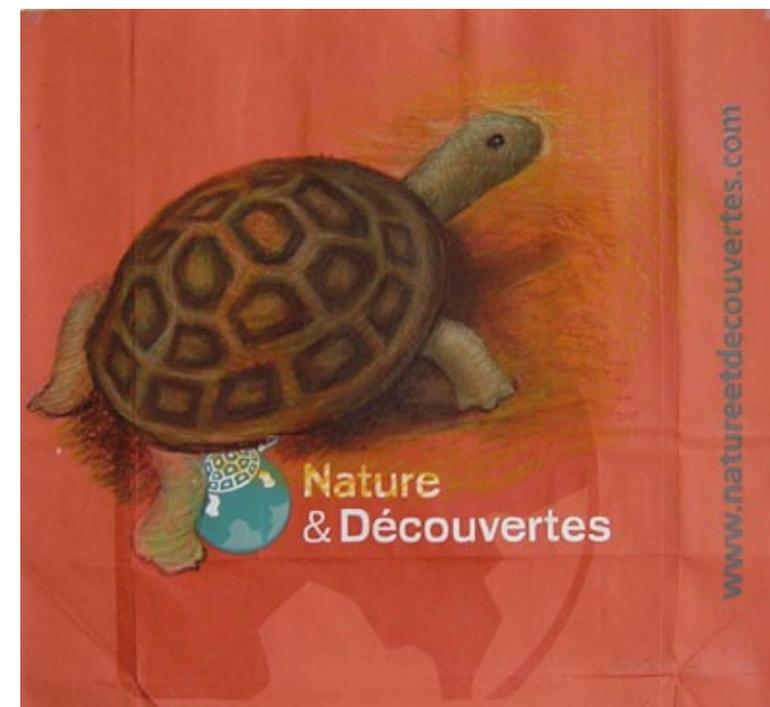
Ed è in opposizione a questa dinamica di consumo che opera Alban Hajdinaj, una cui interessante serie di lavori dai titoli funambolici (uno tra tutti, *L'origine de la gauche et de la droite* per il logo della Levi's con i due cavalli che tirano in direzione opposta un paio di jeans), mira alla riappropriazione visiva di immagini per troppo tempo in mano solo agli abili manipolatori del marketing. L'artista albanese infatti fa tabula rasa della sovrastruttura comunicativa costruita sul marchio, riportando al livello zero il valore dell'immagine. È un'operazione di natura concettuale, di annullamento del valore e di anestesia del senso, in piena consonanza con la pratica new dada. Se Rauschenberg cancella con la gomma il disegno a matita che aveva chiesto a De Kooning di realizzare qualche giorno prima, Hajdinaj trova già pronti i loghi delle grandi multinazionali, e, si badi bene, anche quelli dei piccoli negozi o delle piccole aziende. La sua infatti non è un'operazione di natura necessariamente politica o contestataria, ma piuttosto una più ironica manifestazione di sovvertimento dello status quo, con modalità di volta in volta differenti,

che spaziano dal completo naufragio nell'indistinto (nel caso in cui il logo sia ricoperto dello stesso colore dello sfondo per cui risulta in qualche maniera confuso con la superficie) ad un più ludico reimpiego, con l'effetto di una risemantizzazione iconica. Così l'omino barbuto di *Kentucky Fried Chicken* si diverte a fare il gondoliere in un tovagliolo di carta o a posare per un ritratto a pastello con il grembiule rosso; o il gallo di *Le Coq Sportif* si pavoneggia su una scatola di scarpe. In questa maniera, in un mondo in cui "la violenza dello choc di immagini sembra l'unico mezzo di espressione, l'opera oggettiva [...] emerge come un fenomeno di resistenza. [...] Riattiva il freno di emergenza senza cui nessuna cultura può durare"<sup>3</sup>. Hajdinaj cioè decompone il senso - o l'attribuzione di senso - veicolato dal marchio e fa regredire l'immagine allo stato primordiale, in sostanziale opposizione al vortice creato dalla società del consumo in cui le immagini hanno finalità ben delineate e sono, ovviamente, protette da copyright. E tutto questo si caratterizza come un gesto di contestazione, principalmente di natura estetica e fenomenologica.

Tanto questi controdisegni quanto la serie di ready made realizzati a partire da pagine di libri scolastici strappate (in cui alcuni ragazzi erano intervenuti disegnando sulle illustrazioni), ma anche il complesso progetto che lo ha portato a fotografare il retro delle tele esposte alla Galleria Nazionale di Tirana, riconducono il lavoro di Alban Hajdinaj nell'alveo di quello che agilmente Nicola Bourriaud definisce come *postproduction*<sup>4</sup>, in cui "gli oggetti sono impressi dalle informazioni di altri oggetti"<sup>5</sup> poiché non è più possibile creazione *ex nihilo*, essendo ormai completamente decadute le idee di originalità e di invenzione. L'arte di Hajdinaj - per manifestarsi, ma anche per esistere - ha cioè bisogno del supporto fisico ed ontologico del complesso mondo degli oggetti, dei quali in ultima istanza si nutre. L'utilizzo di *objects trouvées* si configura così come una sorta di cannibalismo della realtà, moderato però dalla volontà di mostrare ciò che generalmente sta dietro alla cortina di ferro della visione superficiale, che è poi molto di frequente l'unica praticata dall'*homo videns* che vive nei nostri giorni.

Il rovesciamento del punto di vista, sia esso in forma topografica che concettuale, è alla base del progetto che l'artista ha realizzato presso la Galleria Nazionale di Tirana, i cui dipinti sono stati fotografati compiendo un vero e proprio censimento delle opere esistenti. Ma non è stato tanto il lato esposto, quello noto rivolto all'osservatore, ad essere stato registrato, bensì il retro: ossia la faccia che solo il muro conosce.

Hajdinaj ha realizzato così una collezione personale di immagini, esistenti ma latenti e mai esposte (e quindi, nell'era dell'informazione inesistenti) che ha provveduto a stampare nella loro dimensione originale. In questo modo l'artista dimostra come sia possibile estrarre del succo anche dal lato sbagliato dell'arancia, e contemporaneamente mostra tutto quello che è escluso allo sguardo perché dietro alla siepe, se non la siepe stessa di leopardiana memoria<sup>6</sup>. Il retro dei quadri però contiene spesso testimonianze di altri impieghi (ad esempio come bozzetto o opera preparatoria) e le varie etichette che ne attestano dimensioni, presenze, spostamenti per le mostre: conoscere tutte queste informazioni rende possibile una sorta di contro storia delle opere, non ufficiale, benché talvolta non ignota a qualche storico che abbia compiuto ricerche su quel quadro. Ancora una volta quindi, il processo messo in atto dall'artista permette un piccolo ma sostanziale sovvertimento del banale in cui siamo immersi.



*Zoology*, 2007,  
pastelli su carta/pastels  
on paper, 35 x 32 cm

È un lavoro sull'essere artista, e sull'essere pubblicamente riconosciuto come tale (con anche i relativi stereotipi), il video *Uomo Vogue*, una sorta di consapevole performance di Hajdinaj registrata durante la sessione fotografica in cui l'artista è stato ritratto da Michel Comte per la rivista Vogue. Nell'appartamento parigino in cui viveva l'artista arriva infatti una troupe chiassosa che lo prepara - truccandolo, acconciandolo e vestendolo - per essere nel migliore dei modi, o più *à la page*: nella versione cioè in cui un artista viene riconosciuto come tale e può compiacersi del suo status. Seguono le riprese, in pose strane ed innaturali, con il celebre fotografo che tiene in mano lo scatto flessibile collegato all'otturatore. Poi si smontano le luci e il set, e tutta la recita finisce con il portone di casa che si chiude. L'artista sembra svuotato, stanco, esausto come un attore di teatro dopo la chiusura della tenda, incerto tra l'identità legittima e quella acquisita sul palco con tanti sforzi. Solo che qui nessuno applaudirà, poiché per il grande pubblico, quella ritratta nella pellicola e riprodotta nelle pagine patinate, sarà la più desiderabile delle verità.

<sup>1</sup> P. Virilio, *L'arte dell'accecamento*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2007, p. 83.

<sup>2</sup> Scrive N. Klein in *No logo*, Baldini Castoldi Dalai, Milano, 2001, p. 16, "molte delle più note aziende non producono più merci per poi pubblicizzarle, ma piuttosto comprano merci sulle quali successivamente appongono il proprio marchio. Queste aziende sono sempre alla ricerca di nuove modalità per costruire e consolidare il proprio brand".

<sup>3</sup> P. Virilio, op. cit., p.86.

<sup>4</sup> Scrive N. Bourriaud, *Postproduction. Come l'arte riprogramma il mondo*, Postmedia, Milano, 2004, p. 8, "un numero sempre maggiore di opere vengono create a partire da opere preesistenti. Sempre di più gli artisti interpretano, riproducono, ri-espongono, o usano oggetti realizzati da altre persone o da altri prodotti culturali disponibili. L'arte della postproduzione risponde alla proliferazione del caos della cultura globale nell'era dell'informazione, che è caratterizzata da una crescente richiesta di opere e dall'allargamento al mondo dell'arte di forme fino ad ora ignorate o trascurate".

<sup>5</sup> N. Bourriaud, op. cit., p. 8.

<sup>6</sup> Cfr. G. Leopardi, *L'infinito*, in *Canti*, a cura di N. Gallo e C. Garboli, Einaudi, Torino, 1993.



*Uomo Vogue*, 2007, color, sound 28' 48"



Man in the sky, 2007, pastelli su carta/pastels on paper, 43x28cm

## Un sogno

Alban Hajdinaj

Sono al buio. Devo trovarmi in una stanza completamente sigillata o in una caverna profondissima. Con molta difficoltà distingo delle figure attorno a me. I miei occhi si abituano gradatamente all'oscurità e distingo tre creature, di genere femminile. Pur non riuscendo a vedere bene, mi pare che abbiano un che di straordinario, non umano. La stranezza e complessità della metà inferiore dei loro corpi me le fa sembrare creature mitologiche, con un ché di animalesco. Dopo un po' mi rendo conto che le creature stanno parlando di me, discutono un mio problema, qualcosa che non va. Parlano una lingua strana e misteriosa, ma per quanto questo sia strano, capisco quello che dicono. Capisco che per queste creature io sono soltanto oggetto di studio, ma tuttavia questo non mi spaventa. Cercano di spiegarsi perché mi manchi il viso. Questo mi spaventa un po'. Mi rendo conto di non avere un viso, delle fattezze che mi ritraggano! Lascio che siano le creature a risolvere questo problema per me. Sono un poco preoccupato, cerco di figurarmi che aspetto io possa avere senza una faccia, senza un ritratto ma per quanto cerchi di immaginarmelo, non ci riesco. All'improvviso una porta, un foro si apre nella parete di fronte a me. La luce penetra, una colonna di luce bianca, la più bella luce ch'io abbia mai visto. Mi colpisce il viso. Non vedo bene, la luce mi acceca. Le creature mitologiche appaiono, stagliandosi contro la luce: continuano a osservarmi. Hanno una lunga peluria biondo dorato che le ricopre rendendo impossibile scorgere la curiosa struttura della parte inferiore dei loro corpi. Le sento dire che vedono emergere debolmente i tratti del mio viso, e mentre la luce cresce d'intensità le vedo animarsi d'entusiasmo per la mia migliorata condizione. Dopo un po' una di loro mi informa che ho di nuovo il mio viso. Vedo la luce forte colpirmi in volto e sento la più curiosa sensazione di serenità che abbia mai provato.



*Works on paper, 2007-2009, (installazione/installation), pastelli su carta/pastels on paper, varie dimensioni/various dimensions*  
Galleria Contemporaneo, 2009



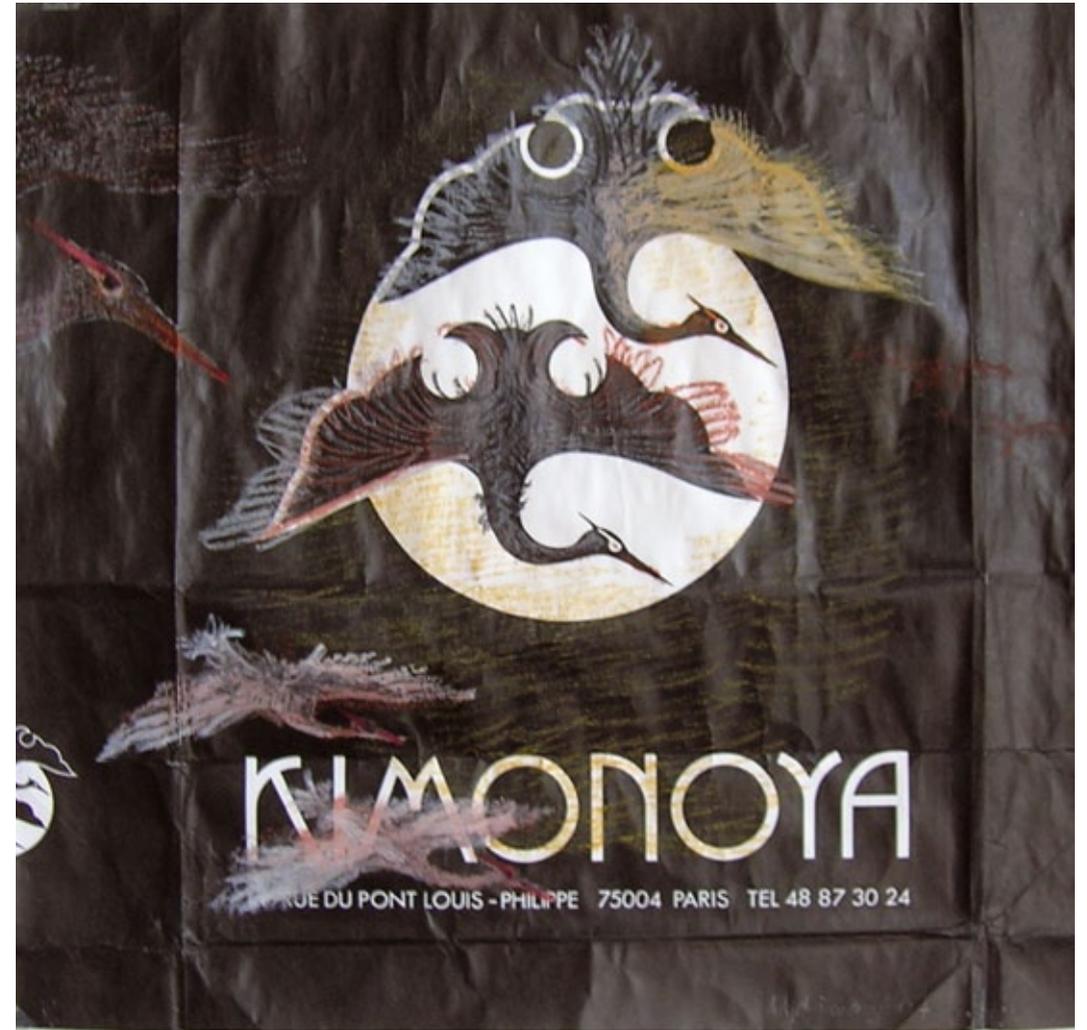
Matter, 2007, pastelli su carta/pastels on paper, 41x43 cm



Botanic, 2007, pastelli su carta/pastels on paper, 37x32 cm



Zoology, 2007, pastelli su carta/pastels on paper, 41 x 40 cm



Zoology, 2007, pastelli su carta/pastels on paper, 34,5 x 30,5 cm



*Readymade*, 2007, pagine di libro trovate/found book pages, 23,2 x 15,6 cm (ognuno/each)  
Galleria Contemporaneo, 2009

## Viktor Hygo (1802-1885)



Viktor Hygo është figura më e plotë e më komplekse e shekullit XIX francez. Ai mbetet si i tillë me prodhimtarinë dhe me shumëllojshmërinë e veprës: poezi lirike, epike, satirike; drama në vargje e në prozë; romane historike, filozofike, simbolike; pamflete, polemika, fjalime, shënime dhe ditare letrare. Prijës i romantizmit, Hygoi shfrytëzoi gjithçka që mundi t'i japë romantizmi dhe madje, mund të thuhet, se ai e shterroi romantizmin. Hygoi e ngriti artin romantik në atë lartësi ku askush tjetër përpara tij, nuk kishte mbërritur, dhe shtigjet i la të hapura për realizmin,

naturalizmin, impresionizmin, simbolizmin, surrealizmin. Prej rrezatimit të Hygoit dhe nën ndikimin e tij, shumë shkrimtarë të rinj u bënë mjeshtra dhe vepra e tyre tërhoqi për shumë kohë vëmendjen e lexuesve. Por vetëm mjeshtri i madh, Hygoi, mundi të bëhej shkrimtar kombëtar i Francës dhe t'u falë njerëzve një vepër për të gjitha moshat, për të gjitha nivelet dhe për të gjitha kohët.

### Shekulli i Hygoit

Në një varg të famshëm, Hygoi ka shkruar se, kur lindi ai, "shekulli ishte dy vjeç". Hygoi lindi në Bézanson të Francës Lindore, më 26 shkurt 1802, dhe me të drejtë, mund të thuhet se, ai u rrit *bashkë me shekullin*. Hygoi vdiq në moshë të thyer, më 22 maj 1885. Ai pa të shemben perandori, të rrëzohen frone, të ndërrohen republika, të ndizen revolucione, të shpërthejnë luftëra, të ngrihen dhe të bien barrikatadat. Gjithë ngjarjet e mëdha të shekullit ai i përjetoj në mënyrë aktive, shpesh duke u bërë protagonist i tyre.

Viktori fëmijë pati rastin të shkojë pas të atit, oficer i ushtrisë napoleoniane, në Itali e Spanjë, prej nga ruajti përfytyrime dhe mbresa për tërë jetën. Kur ai ishte dhjetë vjeç, familja u vendos përfundimisht

304

ia siguroi një libër me poezi (kanconierie), shumica e të cilave janë *sonete*, ku i këndohet dashurisë për vashën Laura. Me këto lirika, Petrarka ngjalli në poezi traditën antike të Katulit, Horacit dhe Ovidit, duke u treguar artist i hollë i fjalës poetike.

*Kanconieret* e Petrarkës sollën në modë *sonetin*. Poetët francezë të Plejadës, ndër të cilët më i shquari qe *P.Ronsar*, e patën për mburrje të "petrarkizonin" e të thurnin plot vëllime me sonete për damat e zemrës së tyre. Ronsari, për shembull, njërin nga vëllimet e veta e quajti *Sonete për Helenën*, kurse anglezi *E.Spenser*, vëllimit me sonete kushtuar të fejuarës së tij, i vuri titullin italisht *Amoretti*. Madje, edhe Ronsari edhe Spenseri përdorën sonetin për të thurur lavdi kryeheroit tonë, Skenderbeut. Ky sonet shërbeu për të shprehur ndjenja nga më të ndryshmet, jo vetëm dashurore, dhe u lëvrua në masë nga poetët e Rilindjes evropiane deri edhe nga *Shekspiri*.



Tasso

Vend të rëndësishëm në letërsinë e Rilindjes zuri *poema epike*, me llojet e saj të epikës heroike, epikës historike dhe epikës tregimtare. Shembullin e parë të epikës e dha *Dantja* me poemën *Komedia Hyjnore*, por epika e mirëfilltë njohu mjeshtra të tjerë, që janë *L.Ariosto* e *T.Taso*. *Ariostoja* përmendet, kryesisht, për poemën *Orlandi i tërbuar*, ku ndërthuret eposi heroik me aventurën dhe me humorin. Pasioni i zhgënjyer i Orlandit për Angjelinë, pastaj tërbimi i tij dhe aventurat në kërkim të së dashurës, ja cila është nyja e subjektit të kësaj poeme aq të pëlqyer gjatë Rilindjes. *Tasoja*, me poemën *Jerusalemi i çliruar*, krijoi një dekor poetik suggestionues të kryqëzatës së vitit 1099 në Jeruzalem, aq sa përshkrimet e tij frymëzuan shumë piktorë dhe muzikantë për detaje nga më të larmishmet.

Këto krijime ndikuan shumë të *Spenseri*, i cili me poemën e madhe alegorike *Mbretëresha e Zanave*, që vlerësohet si monument i poezisë së Rilindjes angleze, deshi të realizojë sintezën e poemës mesjetare me epopenë e re italiane. Megjithëse poema prej 35000 vargësh mbeti përgjysmë, ajo pati rëndësi të jashtëzakonshme sidomos për strofën e përdorur, që u quajti *strofa spenseriane*. Mbas dy shekujsh

13



*Back side collection*, 2009, stampa fotografica/photo print, dimensioni varie/various dimensions  
Galleria Contemporaneo, 2009



Back side collection, 2009, stampa fotografica/photo print, dimensioni varie/various dimensions



Back side collection, 2009, stampa fotografica/photo print, dimensioni varie/various dimensions



*June in Albanian means month of cherries*, 2002, fotografie/photographs 130x110 cm (ognuno/each)  
Galleria Contemporaneo, 2009



*Alisa and Sarah (Garden)*, 2006, color, sound, sottotitoli in inglese/english subtitles, 13' 53"



Uomo Vogue, 2007, color, sound 28' 48"

### What happens before our eyes

Riccardo Caldura

Alban Hajdinaj's research explores the nature of the image, the reflections of different cultures and histories which reverberate in the everyday, starting from that which surrounds him, from the things close to him. Looking around, paying attention to the phenomena of the contemporary world, almost as if it was covered with imperceptible fissures, can reveal cracks in common sense, subsidence in the apparently homogenous fabric of the surrounding environment. We should not speak of a critical approach to reality, but rather of a process of measurement which is reset each time according to the micro-phenomenon being examined. Once a field of investigation has been established, the area of observation signalled and the data of interest pinned down, a further stage of the work begins: not just detecting the presence of unsuspected fault lines, but following them, sometimes provoking them, as if this was a test of the subterranean structural resistance of the everyday. Something may emerge from beneath the surface of things, in the same way that another face can come into being upon the portrait of the author in the frontispiece of a great work of literature, the page a student is reading, observing. Perhaps tracing with his pen, through boredom or distraction, transforming, deforming, making the somatic lines of the face unrecognisable. Destruction and creation are so close to each other, the pen follows and marks the fault line through which another being emerges from the well-known face of a great cultural figure. The lightness of a childish gesture which doesn't take any explicit stance "against" tradition or the education system, "against" that which must be studied and accepted, which is literally "not" spoken. This is a silent stance of "non" protest, but at the same time, in its silence, there is an embryonic form of non-acceptance. This phenomenon occurs and will continue to occur innumerable times around the globe. However, Alban Hajdinaj clearly sees it as being something more than, or something different to, a simple spontaneous and ubiquitous reaction to the school routine. He believes that finding and exhibiting a number of pages from Albanian literature textbooks with these kinds of drawings, starting from things ready made by others (*Readymade* is the explicit title of the work), indicates that the information gathered from these pages is related to the possibility that something is constantly being created on the margins of that which seems obvious, such as the face of J.W.Goethe or that of Victor Hugo. With its bare simplicity *Readymade* is the opening chapter of Hajdinaj's research, not chronologically (the series of collected and exhibited pages is from 2007), but conceptually. Starting from a given point, seeking that which is hidden beneath the surface, bringing what is found to the forefront, but without negating the surface, that is to say, the starting point. In the technical analysis of the genesis of a painting it is possible to observe below the surface of the artwork the first approaches the artist took, which were not then developed, but are in some way still there. These are called 're-thinking' [modifications change of mind rethink afterthought]. In some way Hajdinaj's work seeks to bring attention to that which is hidden beneath a common-place image, that which might come out of it, and thus to highlight that which in the image itself should be 're-thought'.

If we consider another of Hajdinaj's works, made up of an articulated series of images, all of which are re-elaborations of famous commercial logos, we can clearly see the process of emerging/re-thinking. Here the starting point does not come from the pages of textbooks but rather from the design or text which make up the name and image of a commercial product, that is to say, the logo. Thanks to its social recognisability, logos are a phenomenon of crystallisation and limitation of the image. When an image becomes a logo it is as if we witness the loss of a stratification of the image itself. The image suffers a process of "flattening", both graphically and conceptually. In this case, Hajdinaj's research is related to the possibility of opening the univocal nature and recognisability of the brand of a consumer product to an oscillating and less defined dimension- less "flat". Almost giving back the polyvalence of the original nature of the image also to the stereotype of the commercial brand. Clearly the point is not to negate, perhaps in a polemical vein, the logo as a global element of the consumer market, but rather to re-use it without its knowledge, acting, as it were, behind its back. Dissolving its function as the univocally recognisable image of a product. In un-masking the "flat" univocal nature of the meaning of the logo, the 're-thinking' hidden within the very stereotypical image itself can emerge. This is a conceptually complex approach, but Hajdinaj employs it with a relatively simple technique. Specifically, he limits himself to re-touching the paper bags of various consumer products: from chocolate to jeans, from restaurant chains to sporting goods. Or rather, he re-draws them by hand, colours them and partially erases them. As such the stiffness of the logo is no longer there and they seem to come alive. The horse of a famous luxury leather goods company is suddenly surrounded by fellow horses, popping out of the microscopic space between the paper and the commercial

brand, and thus becomes an excited competitor in a horse race. For a moment the image of the animal, freed from the constrictions of the logo, goes back to running alongside its fellows. The variety of interventions shown by the artist from Tirana playfully unmasks the fixed nature of numerous logos of consumer goods. By playing with their communicative stereotypes, the images, no longer bound by their exclusive communicative function, can get back in the game and create unexpected hybrids between, for example, the formal language of supremacist lineage and the partial chromatic modification of the name/brand of an important Spanish fashion company.

However, the thing which seems to interest Hajdinaj is not so much the element of greater or lesser ability, of a more or less light touch in creating short-circuits between the image of noble artistic origins and the commercial logo. Rather, it is a re-thinking of the fundamental chimera-like nature of the image. The re-thinking offered by the Albanian artist is thus related to the emergence of the polyvalent condition in which the form once again begins to oscillate, dilating the limits of its recognisability, dissolving the rigidity of its crystallographic fixedness and allowing those imperceptible cracks to act, thanks to which, once again, the body of a dragon is created from that of a goat, and from that of a goat the body of a lion. This is literally a Chimera, a primordial creature born from Echidna (a virgin and monstrous snake, living in the bowels of the earth), described by Hesiod in the Theogony. The Chimera represents the inexhaustible generative capacity which mingles different creatures together, without recognisable limits of form; a state which existed in the world before the Olympian order imposed by Zeus, and which continued to emerge in the world of Olympus with the same transformative abilities of the father of the gods (changing from a cloud, to a swan, to a burning flash of light). The Chimera is made up of different bodies grafted together, it is an oscillating figure which sees to be the perfect embodiment of the hybrid nature of the image; an ante litteram assemblage which has no form of limit clearly dividing and ordering its parts.

The reason for considering the ancient texts of Hesiod is because through it, the specific work of a contemporary artist can highlight the more general condition of the modern world in which we live. It is this which seems to be subject to an incessant process of dilation and transformation of the established limits between culture, traditions and functions. Alban Hajdinaj is an Albanian artist who studied in France. He belongs to a generation who were adolescents when the communist regime fell. But what does Albanian mean? Is there something in his work which can be identified with his country? Quite possibly, if we think of how problematic the question of the image was, how important it was that it was unequivocal, crystallised, in a totalitarian regime such as the one which isolated Albania from the rest of Europe (both east and west) for decades. It is therefore no accident that a work such as that by Hajdinaj is concerned with the equivocal, oscillating, chimera-like nature of the image. It is natural to ask oneself if the Albanian identity (no more or less than French or Italian, etc) might not itself hide something of the nature of the body of a dragon, upon the body of a goat, upon that of a lion. Returning to Hajdinaj's work, and letting the pendulum of oscillation returns to the side of specificity and not just that of generalities, we might say that national identities could be compared to "places" subjected to a profound process of 're-thinking, which does not only negate them, but rather re-discovers their polyvalence, making also the other possible inherent solutions emerge on their identity-based surfaces, perhaps following the lines of the brand.

In one of the videos of a diptych ("Alisa and Sarah", 2007) made by the artist- whilst he may change the means being used, it is still a micro-phenomenon of everyday life being carefully investigated- two little girls are filmed while they flick through an album of pictures of American wrestling champions. They both read out loud the names and physical statistics (weight, height) of the wrestlers. Little by little, in a crescendo of excitement, they themselves begin to wrestle. The video shows a lower middle class interior, which could be anywhere in Europe. The album on the carpet describes the new heroes of the representation of the male body, which only a few years ago had a single, indigenous and official representation: that given by the ideology of the former regime- the figures of the worker, the soldier and the portraits of the leader. The little girls know nothing of this representation, but Hajdinaj is well aware of it, having lately worked on the recent reorganisation of the collection of the national gallery in Tirana. This representation is overlaid with a new stereotype of masculinity, now brought about by the creeping and anonymous pervasiveness of western advertising which accompanies the economic development of the country. In a similar way, in the second video of the diptych, the ancient Muslim tradition also suffers a shock, a radical, if barely perceptible transformation. The first verses of the Koran are recited from memory by the same two girls. But Alisa and Sarah do not understand the text of the Koran taught to them by their grandfather, and the words sound like a tongue-twister, a nursery rhyme

which makes them smile in the repeated effort to recite it correctly.

Chimeras which come in to being before our eyes: the Moslem religious traditions originating in the long Turkish occupation, prohibited under an ideologically atheist regime, have been re-exhumed in the recent years of democracy. What is left, the fact which emerges from Hajdinaj's investigation is this delicate babbling recited by two little girls in a summer garden in the suburbs of Tirana.

### **Just behind the surface**

Daniele Capra

*Se vedere e sapere erano i grandi interrogativi al tempo stesso etici ed estetici a partire dal XVIII secolo e i suoi Lumi, vedere e potere diventano le grandi questioni del nostro XXI secolo.<sup>1</sup>*

McDonald's, Levi's, Kentucky Fried Chicken, Puma. All these companies have something in common, apart from being multinationals, often criticised by those who desire a more responsible approach to consumption, or more care for social and environmental values: they all base much, if not all, of their communication strategy on the recognition of the brand, the colours, the logo- all the elements which are able to give added value to the products they sell. The mechanism is quite simple- a graphic symbol or writing- or more often the two together- are reproduced millions of times and cleverly distributed through various means, from packaging to glossy magazines, on the streets, through sports sponsorship, on television and so on<sup>2</sup>. This overwhelming use, whilst it gives great commercial strength and power, also causes a progressive wearing and erosion of the iconic value to the brand, which becomes a different thing, a symbol which exclusively manifests the identity of the company. It is a kind of formidable commercial reminder which in reality makes the original image aphasic.

Alban Hajdinaj works in opposition to this dynamic of consumption, in particular in a series of works with 'acrobatic' titles (one of these, for example, is *L'origine de la gauche et de la droite* for the Levi's logo, where two horses pull a pair of jeans in opposite directions). These works seeks to visually re-appropriate images which have for too long been exclusively in the hands of the skilful manipulators of marketing. The Albanian artist makes a tabula rasa of the communicative superstructure built on the brand, stripping the value of the image bare. It is a conceptual process, the elimination of value and the anaesthesia of meaning, entirely in line with the practices of new dada. Rauschenberg asked De Kooning to make a pencil drawing which he then erased with a rubber, but Hajdinaj has the logos of large multinationals already waiting for him, and, if we look carefully, also those of small shops and local companies. His approach is not necessarily a protest or political in nature, but rather a more ironic manifestation of a subversion of the status quo. The way he does this varies each time, from sinking in the indistinct (where the logo is covered with the same colour as the background so that it appears to be somehow confused with the surface), to a more playful re-adaptation creating an iconic semantic shift. Thus the bearded colonel of Kentucky Fried Chicken enjoys himself as a gondolier on a paper napkin, or posing for a portrait with a red pinny, or the cockerel of Le Coq Sportif preens on a shoebox. In this way, in a world where "the violence of the shock of the image seems to be the only means of expression, the objective work [...] emerges as an act of resistance. [...] Once again activating the emergency brake without which no culture can last"<sup>3</sup>. Hajdinaj dismantles the meaning- or the attribution of meaning- carried by the brand and regresses the image to a primordial state. This is a significant opposition to the vortex created by consumer society where the images have a clearly defined use and are, obviously, protected by copyright. All of this is characterised as an act of protest, primarily of an aesthetic and phenomenological nature.

Both these anti-drawings, and the series of ready mades made with the torn pages of school books (where children have drawn on the illustrations), and also the complex project which led him to photograph the backs of canvases hanging in the National Gallery in Tirana, bring Alban Hajdinaj's work within that which Nicola Bourriaud sharply defined as postproduction<sup>4</sup>, where "objects are informed by other objects"<sup>5</sup> because eh nihilo creation is no longer possible, since the ideas of originality and invention have now completely collapsed. As such, Hajdinaj's art- both

to show itself, but also to exist- needs the physical and ontological support of the complex world of objects, which they ultimately feed upon. The use of objects trouvées thus becomes a kind of cannibalism of reality, however it is moderated by a desire to show that which is normally behind the iron curtain of superficial vision, which is so often the only kind of vision used by the homo videns living today.

Overturning the point of view, whether it be topographical or conceptual, is at the root of the project the artist created at the National Gallery of Tirana. Here the paintings were photographed to create a genuine census of the works present. However the photographs were not of the displayed side of the paintings, the well-known images the viewers normally see, but rather the backs- that is the side which only the walls know. As such Hajdinaj created a personal collection of images- existing but hidden and never shown (and thus inexistent in the age of information)- which were printed at life size. In this way the artist showed how it is possible to get juice even from the wrong side of the orange, and at the same time show all of that which is hidden from our gaze because it lies behind the hedge, if not the hedge itself of Leopardi's poem<sup>6</sup>. However, the backs of canvases often show signs of other uses (for example sketches or preparatory drawings) and the various labels which record sizes, presences, movements for shows. Having all this information makes a kind of anti-history for the artwork possible, not official, although sometimes not unknown to a historian who has studied that particular painting. Thus, once again, the process put in motion by the artist allows a small but substantial subversion of the everyday we are surrounded by.

The video *Uomo Vogue* is a work about being an artist and about being publicly recognised as such (with all the stereotypes that implies). This is a kind of self-aware performance by Hajdinaj recorded during a photo shoot where Michel Comte took the artist's portrait for Vogue magazine. A noisy crew arrives in the artist's Paris apartment to get him ready- makeup, hair, wardrobe- to make him look his best, or his coolest: that is, making him into the image we recognise as an artist, a status he can be proud of. This is followed by the shoot, in strange and unnatural poses, with the famous photographer holding in his hand the release cable connected to the shutter. Then the lights and the set are taken down, and the whole performance finishes with front door closing. The artist seems drained, tired, as exhausted as a theatre actor after the curtain falls, unsure of his legitimate identity and that taken on with such effort on stage. But here no one is going to applaud, because, for the general public, the portrait on the film, reproduced on glossy pages, will be the most desirable version of the truth.

<sup>1</sup> P. Virilio, *L'Art à perte vue*, Paris: Éditions Gallilée, 2005.

<sup>2</sup> See N. Klein, *No Logo*, Toronto: Knopf Canada, 2000, "since many of today's best-known manufacturers no longer produce products and advertise them, but rather buy products and "brand" them, these companies are forever on the prowl for creative new ways to build and strengthen their brand images".

<sup>3</sup> P. Virilio, *L'Art à perte vue*, Paris: Éditions Gallilée, 2005.

<sup>4</sup> See N. Bourriaud, *Postproduction*, New York: Lukas & Sternberg, 2002, p. 7, "an ever increasing number of artworks have been created on the basis of preexisting works; more and more artists interpret, reproduce, re-exhibit, or use works made by others or available cultural products. This art of postproduction seems to respond to the proliferating chaos of global culture in the information age, which is characterized by an increase in the supply of works and the art world's annexation of forms ignored or disdained until now

<sup>5</sup> N. Bourriaud, *Postproduction*, New York: Lukas & Sternberg, 2002, p. 7.

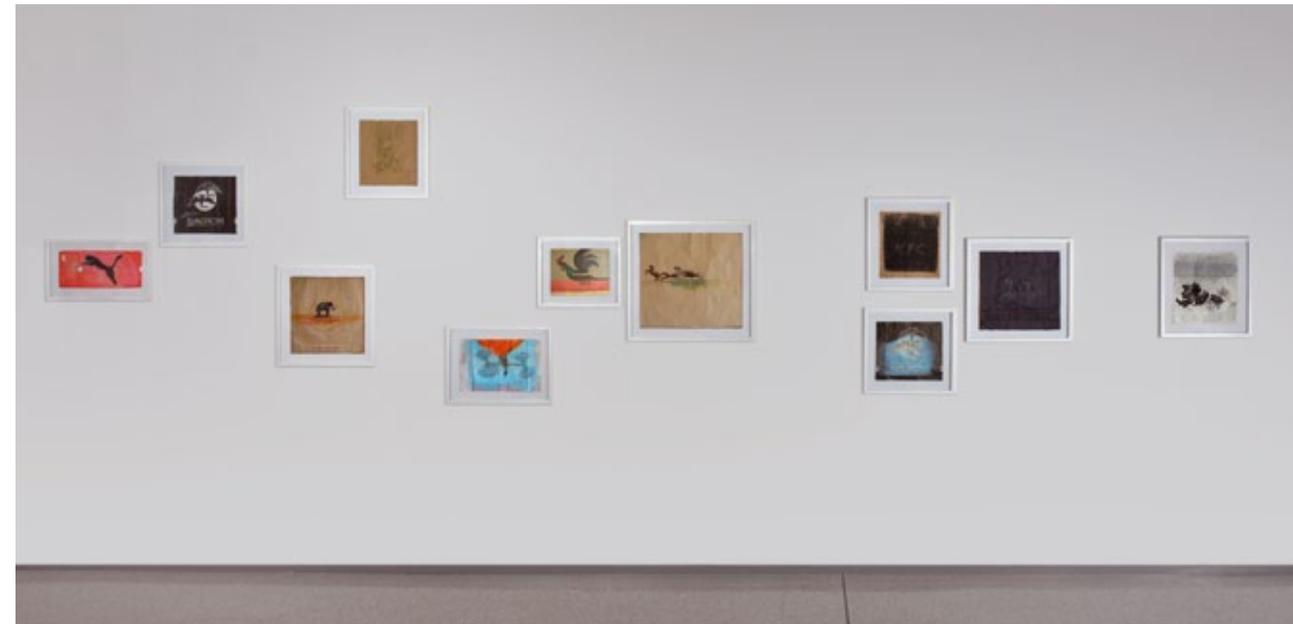
<sup>6</sup> See G. Leopardi, *L'infinito*, in *The Canti*, with a selection of his prose, trans. J.G. Nichols, Manchester: Carcanet Press, 1998.

## A dream

Alban Hajdinaj

It is complete darkness. I must be inside an entirely sealed off room or deep within a cave. With great difficulty I make out some creatures around me. As my eyes slowly get used to this pitch black darkness I distinguish three creatures. They belong to the female species. Although I can not see clearly I understand they have a formidable, yet nonhuman, look about them. I am convinced they are mythological creatures because from the waist down they have about them a somewhat odd complicated structure and look like animals. After a while I understand what is happening; the creatures are talking about me. They are saying I have a problem, that something is wrong with me. The creatures talk in a curiously mysterious tongue but strangely enough, I understand it. I also understand that to these supernatural creatures I am only an object of examination but contrary to what I expect I am not frightened. They are trying to understand why I am missing my face. This frightens me a little. I realize that I do not have a face, a portrait! I leave it to these creatures to solve this problem of mine. Now I am a little worried: I contemplate how I might look without a face, without a portrait! And yet, hard as I try I can not envisage it.

Then suddenly a door, or a hole, opens in the wall in front of me. Light comes in. A white shaft of light. The most beautiful I have ever seen. It hits me on the face. I can not see clearly as the light blinds me. Then, against the light in front of me appear the mythological creatures who keep scrutinizing me. I see they have long blonde golden hair covering their bodies making it thus impossible for me to discern their peculiar structure from the waist down. Next I hear them saying that now they can see some feeble signs of my visage coming back and as the shaft of light becomes stronger the creatures get more animated and enthusiastic about my condition. After a while one of them tells me that I have gained back my face. I see the strong light that keeps hitting me straight on the face and feel the most peculiar serenity I have ever felt.



## Alban Hajdinaj

- 1974** Nato a Tirana/Born in Tirana. Vive e lavora a/Lives and works in Tirana, Albania  
Studia/Studies Academy of Arts Tirana, Visual arts/graphics 1994-1998 (graduated)
- 2007** Cité Internationale des Arts, Paris France
- Mostre Personali (selezione) / Selected Solo Exhibitions**
- 2009** Galleria Contemporaneo Mestre, Venice Italy
- 2006** *Manifesto beyond expiration deadline or homework for Albanian artists*, Insurgent Spaces, Tirana Albania
- 2004** *My home is your home*, gb agency Paris, France
- 2000** Kellertheater, Kunstlerhaus Boswil, Switzerland
- Mostre Collettive (selezione) / Selected Group Exhibitions (selezione/selection)**
- 2008** *Eurasia*, Mart, Museum of Modern and Contemporary Art, Trento and Rovereto, Italy  
*Past Forward*, 176 Projects ZAP, London UK  
*We would like to thank the curators who wish to remain anonymous*, Seventeen Gallery London UK  
*The Unfair Fair*, 1:1 projects, Rome, Italy  
*Conspiracies Transmediale 08*, Haus der Kulturen der Welt, Berlin, Germany
- 2007** *Works and documents*, Palazzo delle Arti Napoli, Italy  
*From a distance*, Wallspace Gallery, New York, USA  
*Intrusions au Petit Palais* Musee des Beaux Arts de la ville de Paris, Paris, France  
*52<sup>nd</sup> Venice Biennale Think with the senses. Feel with the mind*, Albanian Pavilion, Palazzo Malipieri, Venice, Italy
- 2006** *Outside the living room*, gb agency, Paris, France  
*Traveling light*, Chelsea Art Museum, New York, USA  
*Interrupted Histories*, Moderna Galerija Lublana, Slovenia  
*Films et video d'artistes* Centre d'art Mira Phalaina Maison populaire, Paris, France
- 2005** *Conquering of new spaces*, Mulliqi Prize, Galeria e Arteve, Kosovo  
*Viaggio Leggero, non c'è niente da perdere*, Chiesa di San Paolo, Modena, Italy  
*Petites compositions entre amis*, sequence 3, gb agency, Paris, France  
*Pluriels*, Cite des Arts, Paris, France

*Chronos, il tempo nell'arte dall'epoca barocca all'età contemporanea*, Cesac, Caraglio/Cuneo Italy

- 2004** *Think Pink*, Museu i Kosoves, Prishtine, Kosovo  
*Chosen Places*, Galeria e Arteve Tirane, Albania  
*Cycle tracks will abound in utopia*, ACCA Melbourne, Australia  
*Love it or leave it*, Cetinje Biennale 5, National Museum, Cetinje, Montenegro  
*Balkans, a crossroad to the future*, Fiera d'arte Bologna, Italy
- 2003** *Blood and honey*, Sammlung Essl, Klosterneuburg/Vienna, Austria  
FIAC Foire Internationale de l'Art Contemporain Paris, gb agency stand  
*Present Perfect*, gb agency, Paris, France
- 2002** *Devenirs/Becoming*, (Contemporary Art in the Balkans) traveling exhibition  
*Boundless Borders*, traveling exhibition around Balkans capitals  
*Manifesta 4*, Frankensteiner Hof, Frankfurt/Mein Germany
- 2001** *Beautiful Strangers*, IFA Gallery Berlin/Bon Germany  
*Escape*, Tirana Biennale 1 Ex Chinese Pavillion Tirane, Albania

## Curated projects

- 2007** *VirtuAlbania*, Pavelhaus, Laafeld, Bad Rakdersburg, Austria (cat.)
- 2006** *In Search of Video Art*, Galeria e Vogel, Tirana Albania (cat.)

## Awards

- Mulliqi Prize 2005* Ministry of Culture and Sports of Kosovo  
*Onufri Prize 1998* Ministry of Culture, Youth and Sports of Albania

## Autori/Authors

**Riccardo Caldura**, docente di Fenomenologia delle Arti Contemporanee all'Accademia di Belle Arti di Venezia. Dal 1996 è curatore di progetti d'arte contemporanea per il Comune di Venezia.

**Riccardo Caldura**, Professor of Phenomenology of Contemporary Arts at the Academy of Fine Arts in Venice. Since 1996 he is curator of contemporary arts projects for the City of Venice.

**Daniele Capra**, giornalista e curatore indipendente. Scrive per la rivista Exibart e per i quotidiani del Gruppo Espresso.

**Daniele Capra**, is an art critic and independent curator. He writes for the magazine Exibart and newspapers in the Espresso Group.





