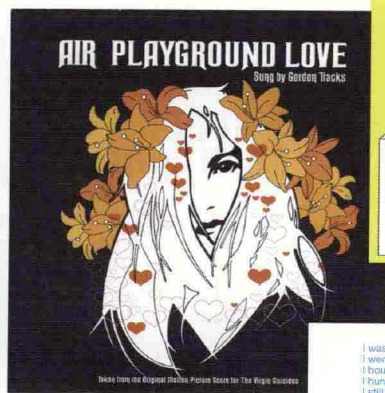


MIKE MILLS

Graphics and Films

Testo RICCARDO CONTI Mike Mills è uno di quei creativi “centralissimi” degli ultimi vent’anni. Un vero fuoriclasse della creazione d’immagini. Una di quelle figure liquidissime che senza accorgertene te le ritrovi un po’ dappertutto: se stai guardando un video che ti piace su MTV, o se stai per scegliere una limited t-shirt molto figa, oppure quando sei lì a spulciare distrattamente tra i cd sotto “alternativa” e ti cade l’occhio su una copertina proprio bella. Ecco, quando questo ti capita, molto spesso c’è dietro Mike Mills. humans.jp



I was feeling sad
I went shopping
I bought this poster
I hung it on my wall
I still feel sad
僕は悲しかった
買い物に行けた
このポスターを買った
壁に掛けてみた
それでもまだ悲しかった

Filmmaker, grafico, artista visivo, designer, ha firmato come regista una serie di videoclip, spot e cortometraggi, documentari e film-culto come *Thumbsucker* (2005), *The Architecture of Reassurance* (1999), il bellissimo *Paperboys* (2001) che documenta la vita quotidiana di sei ragazzini dell’America profonda e *Deformer* (2000), che segue la vita del famoso campione di skate Ed Templeton. Come grafico ha realizzato copertine di album per band come i Sonic Youth, i Beastie Boys, oltre al sodalizio con gli Air, iniziato con le cover jacket dei loro primissimi album e con video come *Waiting and Playing* (2003) che segue un tour del duo francese. Ma il rapporto di Mills con la musica comprende anche cortometraggi dedicati a Ornette Coleman, ed ancora Pulp, Everything but the Girl, Les

Rythem Digitales, Moby, Yoko Ono, The Jon Spencer Blues Explosion e molti altri videoclip come il recente *Top Ranking* dei Blonde Redhead con protagonista l’artista-regista-attrice Miranda July. Nel 1996 Mike Mills fonda insieme a Roman Coppola il *Directors Bureau*, una compagnia di produzione multidisciplinare che rappresenta tra gli altri Geoff McFettridge, il collettivo Shynola, Sofia Coppola e Mark Borthwick (protagonista del nostro portfolio). E se tutto questo già non bastasse a fare di Mills un personaggio così presente in tutti i campi della creatività, dal 2003, dopo che per anni ha collaborato, fra gli altri, con Marc Jacobs, Nike, Adidas e Levi’s, Mills sviluppa il suo brand “Humans” per il quale disegna tessuti, t-shirt, poster ed altri oggetti in vendita in pochi selezionatissimi

store in giro per il mondo. Con il suo tocco semplice, colorato, lievemente romantico e vintage, ogni sua creazione trabocca silenziosamente di atmosfere californiane e di tutti quei riferimenti che corrono dalla skateboard culture alla minimal art, dalla pop alla street art. A colmare varie lacune rispetto alla sconfinata produzione di Mills, addetti ai lavori e non potranno ora consultare il raffinato volume edito da Damiani *Mike Mills Graphics Films* che raggruppa, se possibile, tutto il meglio dell’artista ed un brillante saggio della curatrice e critico Stéphanie Moisson che inquadra l’opera di Mills in un’ottica generazionale. Uno di quei libri tutti da guardare e riguardare in cerca d’ispirazione e per capire che tempo fa, creativamente parlando, in California •