DOPPIOZERO

L’artista? Il brand che crea un’atmosfera

Luigi Bonfante
6 Novembre 2014

Cosa succede se si consacra un grande dissacratore? La recente retrospettiva milanese per i cinquant'anni dalla morte di Piero Manzoni ha dimostrato che da un paradosso non possono che seguire paradossi. Se era giusto far scoprire anche al grande pubblico che l'artista “milanese, ma geniale” (copyright Skiantos) non era solo “quello della merda d'artista”, le celebrazioni fin troppo ufficiali e il contorno di pubblicazioni uscite per l'occasione (come *Piero Manzoni. Vita d'artista* e *Breve storia della merda d'artista* di *Flaminio Gualdoni*; *Diario (1954-1955)*, di *Piero Manzoni* a cura di *Gaspare Luigi Marcone*; *Piero Manzoni e Albisola. Una visione internazionale* di *Francesca Pola; Il ribelle gentile. La vera storia di Piero Manzoni* di *Dario Biagi* e *Su Piero Manzoni* di *Germano Celant)* hanno finito per imbalsamarne l'immagine e seppellirla nell'archivio dei classici dell'avanguardia italiana.

È insomma successo a lui quello che è successo a una delle sue opere meno commentate e meno *glamour*, la *Base magica*, posta al centro di un'aulica sala di Palazzo Reale. Manzoni la chiamò così perché “qualunque persona, qualunque oggetto vi fosse sopra era, finché vi restava, un’opera d’arte”. Ma nel tempio milanese della Grande Arte nessuno ha osato salirci sopra. Ed è rimasta lì, con l'aria di un vecchio accessorio da prestigiatore, recuperato da un magazzino teatrale e rimesso sotto i riflettori di un palcoscenico molto prestigioso, ma senza il prestigiatore e senza il pubblico che assiste e partecipa ai suoi numeri.

Eppure proprio la *Base magica*, assieme alla sua variante iperbolica, il *Socle du monde* (anch'essa spaesata nei saloni del Palazzo senza il suo naturale appoggio a terra), sono le opere che possono consentire di ridare forza e nuova attualità alle intuizioni del grande dissacratore. Per aiutarci a capirlo, più che le recenti agiografie manzoniane, può essere utile leggere l'ultimo libro di una sociologa dell'arte francese, Nathalie Heinich: *Le paradigme de l'art contemporain* (Gallimard, 2014). Prima però proviamo a guardare in faccia il nostro Piero.

Nella foto qui sopra Manzoni aveva 28 anni, ma il suo viso, con le guance paffute e la bocca carnosa, è quello di un bambino. Anzi, di un bambino che sta facendo uno scherzo e lancia un'occhiata di complicità, divertita e fiera, al fotografo che l'ha sorpreso con le mani nella marmellata. Non è certo una di quelle facce che ci verrebbero in mente quando ci immaginiamo l'Artista, il genio introverso e tormentato, alla ricerca dei misteri della bellezza.

Buffon diceva che lo stile è l'uomo. Per Manzoni si potrebbe dire che lo stile è il bambino: lo sguardo furbo e il sorriso ironico sembrano l'incarnazione perfetta del *Puer Aeternus* descritto da James Hillman. Un *Puer* burlone e mercuriale, che in soli sette anni di vita artistica ha giocato freneticamente con idee, sperimentazioni, viaggi, contatti, iniziative. Come ricorda Ben Vautier, altro burlone dell'arte contemporanea,

Manzoni era un artista che “si permetteva di giocare con le idee”. (Cit. in Elio Grazioli, Piero Manzoni, Boringhieri, 2007, p. 154. Vautier spiega in questo modo l'ostracismo che “l'intellighenzia del Nouveau Realisme”, soprattutto Yves Klein, aveva decretato contro il rivale italiano).

In Europa stava cominciando a farsi notare tra le giovani neo-avanguardie emergenti intorno al 1960, ma con quello spirito ludico, dissacrante e provocatorio, non dev'esser stato per niente facile farsi prendere sul serio, soprattutto in Italia. Forse anche per questo, alla fine, ha avuto il sopravvento il lato d'ombra del *puer*, quell'ombra che l'artista dalla faccia da bambino ha cercato inutilmente di annegare nell'alcol. Fa un certo effetto guardare quel bambinone e pensare che, di lì a un anno, sarebbe stato trovato morto nel suo studio. (Marcel Broodthaers, altro grande dissacratore dell'arte, amico di Manzoni e da lui dichiarato “opera d'arte autentica”, si è chiesto: “C'è un rapporto tra questa morte precoce e l'atteggiamento che aveva adottato sul piano artistico? Sicuramente lo humour a cui si rifaceva non è una posizione comoda”. Cit. in Grazioli, op.cit.)

Per capire l'arte di Manzoni bisogna tener a mente quel *puer* burlone e mercuriale, e la forza dissacrante del suo gioco.nChi ha visto la retrospettiva a Palazzo Reale l'avrà senz'altro notato: l'opera di Piero Manzoni sembra frutto di due personalità completamente diverse. Da una parte, l'artista-filosofo che cerca il puro essere in una tela affogata in uno strato di calce bianca; dall'altra, il *Puer* burlone che mette in scatola la sua cacca e la vende a peso d'oro o che firma le persone trasformandole in “sculture viventi”.

Il primo è il Manzoni degli *Achromes*: tele cucite o raggrinzate e impregnate di caolino; ma anche incrostate di sassolini o pallini di polistirolo; oppure composizioni di oggetti vari, tutti rigorosamente bianchi – o meglio senza colore, come suggerisce il nome. Col loro fascino visivo immediato (e in perfetta sintonia con la moda *total white* nell'interior design) sono le opere più apprezzate dal mercato: nel 2013 un *Achrome* ha raggiunto i 12,5 milioni di euro.

L'altro è il Manzoni delle opere concettuali, che hanno tutte la stessa aria polverosa e triste, da vecchi arnesi da prestigiatore, della *Base magica*: i *Fiati d'artista*, palloncini-scultura il cui valore dipende dall'essere stati gonfiati dall'autore, ma che oggi sono ridotti a grumi di gomma rinsecchita; le *Uova* “consacrate” con l'impronta del pollice, ora tristemente ingiallite e screpolate; i famigerati barattolini di *Merda d'artista*, un po' arrugginiti, nonostante l'aura feticistica dell'oggetto-icona.

Sono due mondi estetici apparentemente lontani e incomunicabili, due concezioni dell'arte irriducibili. I critici hanno spesso proposto un *fil rouge* più o meno plausibile che renda coerente una produzione così eterogenea. Ma nessuno, per quanto ne so, ha finora notato che la doppia anima testimonia un fatto cruciale: nella sua breve ma intensissima vita artistica, Manzoni ha vissuto in pieno la tensione tra i due grandi paradigmi che si scontrano e si sovrappongono nell'arte del Novecento: il paradigma moderno e quello contemporaneo.

Arte moderna e arte contemporanea non indicano semplici suddivisioni cronologiche: sono invece concezioni dell'arte radicalmente diverse. Questa è la tesi sostenuta da Nathalie Heinich: “moderno” e “contemporaneo” sono due veri e propri paradigmi dell'arte, come quelli teorizzati da Thomas Kuhn per la scienza: strutturazioni concettuali per pensare e inquadrare la realtà (o l'arte) che sono incompatibili tra di loro, ma internamente coerenti.

In sintesi, e semplificando molto, il *paradigma moderno,* apparso la prima volta con l'impressionismo, conserva il medium (quadro o scultura) e i materiali del paradigma classico, ma se ne distacca per la rottura delle convenzioni (i criteri accademici del bello, la qualità artigianale) e per la valorizzazione dell'espressione soggettiva e interiore.

Nel *paradigma contemporaneo,* il cui grande precursore è Marcel Duchamp, la rottura si trasforma in una continua e sistematica forzatura dei limiti, a cominciare da quelli dell'oggetto-opera: l'opera tende sempre più a debordare dall'oggetto, perché quello prodotto o proposto dall'artista è in realtà un pre-testo che diventa opera solo attraverso il concetto, il racconto, l'interpretazione (come avviene col ready-made, l'arte concettuale, la performance, l'installazione).

Nell'opera di Manzoni il paradigma contemporaneo emerge da una tensione interna al paradigma moderno, tensione che arriva a un vero e proprio punto di catastrofe, in cui la poetica di Manzoni si ribalta completamente facendo emergere un nuovo tema – quello dello status dell'artista – che dominerà tutta la nuova fase. La faglia che attraversa la sua produzione è dovuta alla tensione tra la ricerca contemporanea (molto più concettuale) e la sperimentazione modernista (quella con gli Achromes), che continuerà fino alla fine.

Dall'artista che si cancella, all'artista che si consacra

Lo status dell'artista riguarda ciò che Heinich chiama “regime di singolarità”, cioè il “sistema non detto di valutazione che privilegia per principio tutto ciò che è originale, innovativo, fuori dal comune”. Benché si affermi già nel paradigma moderno, nel paradigma contemporaneo tale regime viene esasperato (Heinich parla di “emballement”) al punto da portare l'artista a *produrre* coscientemente la propria singolarità, la quale perciò non è più un effetto relativo alla ricezione dell'artista, ma diventa un principio di produzione del suo lavoro.

Manzoni ha vissuto in prima persona questo cambiamento nel regime di singolarità. Nella sperimentazione modernista sugli *Achromes* e nelle *Linee* la sua singolarità è ancora “moderna” – è cioè una conseguenza della sua poetica di un grado zero di soggettività – ed emerge come effetto derivato. Quando inizia la rivoluzione concettuale è invece proprio la *costruzione* della singolarità che diventa il fulcro della sua poetica, con un gesto di spudorata autoreferenzialità che è radicalmente “contemporaneo”. Tutte le opere concettuali realizzate tra il ’60 e il ’61 possono essere interpretate come modi di dare forma al concetto: “Io sono un artista cioè un santo o un mago”.

Il paradigma moderno si rovescia in quello contemporaneo proprio all'insegna del nuovo regime di singolarità, con un capovolgimento davvero paradossale: l'artista che si cancella, negli A*chromes* e nelle *Linee,* si trasforma nell'artista che si auto-consacra con i *Fiati* e la *Merda d'artista,* con la “comunione” delle *Uova* e la “cresima” delle *Sculture viventi,* e poi, in maniera più sottile ma simbolicamente più pregnante, con la *Base magica* e il *Socle du monde*.

Nel nuovo paradigma l'oggetto-opera d'arte diventa un puro pretesto in una cerimonia che scimmiotta lo spirito dell'arte per mostrarne la carne, fatta di linguaggio e società, di relazioni semiotiche e sociali. L'opera d'arte è l'idea messa in scena, è soltanto concetto e teatro. E sul palcoscenico non c'è l'opera, ma l'artista.

A tutte le opere concettuali di Manzoni si può applicare quello che Kosuth dice del ready-made di Duchamp: che esiste soltanto come forma di definizione ostensiva, ovvero "Questo è arte" (Cit. in Rosalind Krauss, *Reinventare il medium*, p. 37). Ma con una variante decisiva: la definizione ostensiva in questo caso è autoreferenziale, ovvero "Io sono un artista". Duchamp si nasconde, prepara trappole ed enigmi nell'ombra; Manzoni si mette sempre al centro del palcoscenico, coi suoi giochi di prestigio. È una differenza di stile ma anche di tema: nel caso del Manzoni contemporaneo l'oggetto è sempre un pretesto per mettere in evidenza la funzione del soggetto. Tutto il lavoro concettuale di Manzoni è riassumibile nell'autocertificazione provocatoria: "arte è qualunque cosa esca da me o io decida sia arte, perché io sono toccato dal sacro dono dell'Arte".

La Base magica: macchina che certifica

Nell'interpretazione qui proposta, tuttavia, la *Base magica* sembra rappresentare una nota dissonante: in questo caso c'è un oggetto e non c'è il soggetto, né suo contatto magico. Ma si tratta di un oggetto assai sfuggente, un intricatissimo, affascinante nodo di ambiguità concettuali. Innanzitutto, stando alle istruzioni d'uso, non è un'opera d'arte, ma una macchina che trasforma (o meglio dichiara di trasformare) cose e persone in "opere d'arte". Potremmo dire che è una *macchina per produrre ready-made*, se non fosse che i ready-made prodotti sono irrilevanti. E anche l'oggetto in sé è irrilevante, quel che conta è la sua funzione di piedistallo, che è la stessa di una cornice: separare e auratizzare. Proprio come l'aureola dei santi, la cornice-piedistallo esprime l'aura di eccezionalità dell'oggetto che valorizza.

La *Base magica* dovrebbe essere perciò un elemento di sfondo che evidenzia l'opera, un paratesto che ha una funzione importante ma accessoria rispetto al testo, cioè all'opera. Ciò che conta della *Base magica* sembrerebbe infatti il suo essere un segnale, un indice puntato su un posto vuoto che dice "Questo è arte". Qui però l'"opera" di volta in volta installata è un pretesto; e la funzione indicale si rivela un *detournement*: in questo caso sarebbe da sciocchi guardare la luna, non il dito che la indica. Se non serve più alcun punto di contatto con l'artista-mago (come accadeva con la firma nelle Sculture viventi) è perché il suo atto consacrante è delegato a un "sostituto": la *Base magica* supplisce all'assenza dell'artista.

Il senso vero della *Base magica* è dunque in questa analogia tra il piedistallo e l'artista: per entrambi la funzione è quella di certificare. La *Base magica* è una *macchina che certifica*, senza l'intervento fisico dell'artista e del processo tradizionale di autenticazione (firma, certificato). Al loro posto c'è un *alter ego* coi "poteri" dell'artista.

La sua variante iperbolica e definitiva è il *Socle du monde*, una Base magica di bronzo, poggiata a terra in un giardino in Danimarca, sulla quale c'è questa frase, scritta in rilievo a testa in giù: "Socle du monde – Socle magic n. 3 de Piero Manzoni 1961 – Hommage a Galileo". Questa è forse l'opera concettuale più intensamente poetica di Manzoni: è bastato il gesto semplicissimo di rovesciare il piedistallo per farci salire tutto il mondo e trasferire ad esso la "magia" dell'arte.

Capovolgere il punto di vista è il modo più semplice per intendere un cambio di paradigma, come quello di cui Galileo fu strenuo difensore: è la terra che gira attorno al sole, non viceversa. Analogamente, mettendo a testa in giù la Base magica, la terra non è più un mero appoggio, ma sale d'un sol colpo, tutt'intera, sul piedistallo: così si crea l'opera totale, che supera e rende inutili tutte le altre “magie”.

Sembra dunque che l'artista scompaia dietro il suo capolavoro. Ma se capovolgessimo nuovamente il punto di vista? Qualche anno fa l'artista brasiliano Cildo Meireles (le cui installazioni erano in mostra all'Hangar Bicocca lo scorso luglio) ha proposto una sua reinterpretazione, altrettanto semplice e poetica, del *Socle* di Manzoni: si è messo a testa in giù sopra il *Socle* e ha intitolato la perfomance “Atlante” *(Atlas*, 2007). Basta g ge il P a?

Questa performance di Meireles ci suggerisce un'altra interpretazione: il *Socle* è in realtà un monumento che l'artista ha eretto a se stesso, secondo la nuova logica “artisto-centrica” dell'arte contemporanea. In un certo senso il *Socle* e le *Basi magiche* sono *autoritratti* (involontari) del Manzoni contemporaneo nella sua

funzione di artista-mago/santo. E la foto dell'artista sopra una Base magica riassume icasticamente la tesi che sto qui proponendo: è il cortocircuito dell'artista che autocertifica la propria eccezionalità, esempio perfetto dell'*emballement* del regime di singolarità che secondo Nathalie Heinich caratterizza il paradigma contemporaneo.

L'artista: il brand che crea un'aura

Se la *Base magica* è una *macchina che certifica* allora essa *mima* con precisione il funzionamento del *brand*, la marca che rende "unica", "speciale", "inimitabile", "esclusiva" la merce a cui si applica.

Alla fine il lavoro concettuale del Manzoni contemporaneo sembra condurci a questo concetto: l'artista funziona come un brand, è un "motore semiotico" (Alberto Semprini, *Marche e mondi possibili)* che conferisce, agli oggetti che crea, l'aura degli oggetti artistici. Parafrasando un fortunato slogan pubblicitario di Marcello Marchesi, potremmo dire che l'artista è un *brand che crea un'atmosfera*. Un'atmosfera, cioè: un' *aura*.

Con buona pace di Walter Benjamin, oggi sappiamo che la riproducibilità dell'arte non ha fatto sparire l'aura: l'ha invece fagocitata nell'ambito onnicomprensivo del mercato facendola reincarnare nel plusvalore simbolico della merce. Se il valore della merce dipende in gran parte dalla forza del brand e dalla cornice "auratica" che gli costruisce attorno la pubblicità, allora l'opera d'arte è una i*per-merce* il cui valore dipende interamente dalla sua aura. Oggi infatti, come spiegano bene Alessandro Dal Lago e Serena Giordano, l'aura dell'opera d'arte, senza la quale l'arte contemporanea non esisterebbe, è *la cornice intellettuale di discorsi* con la quale critici, curatori, galleristi, pubblicazioni, istituzioni, artisti ed esperti vari contribuiscono a delimitare i confini dell'arte, a separare ciò che è arte da ciò che non lo è (Alessandro Dal Lago e Serena Giordano, *Mercanti d'aura. Logiche dell'arte contemporanea*, Il Mulino, 2006.)

Questa cornice, il giovane Piero ebbe modo di conoscerla bene, perché il suo velocissimo apprendistato non avviene nell'accademia, ma direttamente nel mercato dell'arte, dove tocca con mano la consistenza tutt'altro che spirituale dell'aura. Arriva quindi molto presto al punto "in cui qualsiasi artista scopre ciò che sta facendo, cioè un'attività sociale che, in quanto tale, non sfugge alle leggi di qualsiasi società – il denaro, il successo, la pubblicità"(Ibid., p. 51.). Intuisce perciò che l'aura è un dispositivo discorsivo di potere, che continua però ad essere percepito come un valore intoccabile, sacro. Ed è lì che scatta la sua profanazione. Il sacro che Manzoni profana quando entra nel nuovo paradigma contemporaneo è proprio l'aura creata dalle dinamiche socio-culturali ed economiche di esclusione ed inclusione – e quindi di potere – che dominano il mondo dell'arte contemporanea.

Del suo attacco contro questa macchina auratica, la *Merda d'artista* costituisce la punta più esplicita e spettacolare. Ma il simbolismo trasparente e l'immediata carica dissacratoria che hanno fatto il successo delle scatolette scatologiche, non possono gareggiare con la precisione e pregnanza metaforica della *Base magica*. Con la sua arguzia leggera e poetica, la *Base magica* è una perfetta parodia di quel "piedistallo" molto più ampio, e in gran parte immateriale, che oggi l'artista (con l'aiuto del suo critico, del suo gallerista, del suo curatore, ecc.) costruisce con grande impegno: la sua singolarità cioè il valore sociale ed economico del suo brand; in una parola: la sua aura.

Alla luce di questa interpretazione Manzoni appare come un precursore anche di un'altra frontiera dell'arte successiva, quella della “critica istituzionale”, come ha sostenuto Nancy Spector: “Attraverso i suoi oggetti e gesti, non discorsivi, ma concettualmente orientati, Manzoni attaccò la struttura istituzionale proprio all'interno dei suoi propri confini (…) attraverso una simulazione ben congegnata, anche se parodistica e perfino pervertita, di pratiche istituzionali” (*Nancy Spector, in Piero Manzoni*, catalogo mostra Castello di Rivoli, a cura di Germano Celant, Electa, 1992 (cit. in Grazioli, op. cit, p 161-2).

In questo senso – ulteriore riprova della sua complessità concettuale – la *Base magica* dentro una tipica istituzione auratizzante come Palazzo Reale di Milano (che ha ospitato la retrospettiva del cinquantenario della morte dell'artista) può essere vista come una *mise en abyme*: l'istituzione auratizza l'oggetto che parodizza l'aura dell'istituzione.

Costruire un'aura con la parodia dell'aura

Tuttavia l'intenzione critico-parodistica non deve mettere in ombra che il Manzoni contemporaneo non si limita a *rappresentare* lo status dell'artista, ma allo stesso tempo lo *costruisce*: attraverso la parodia dell'aura dei mercanti e la profanazione della sacralità dell'aura, Manzoni ha effettivamente costruito la sua aura.

Tutte le opere concettuali di Manzoni sono ludiche *autodichiarazioni* di eccezionalità-singolarità e, allo stesso tempo, effettive *costruzioni* di eccezionalità-singolarità cioè operazioni di *brand building* autoprodotte. Non hanno cioè soltanto una funzione espressiva, di parodia ironica-burlesca, ma svolgono un'azione concreta corrispondente a una strategia di comunicazione. Sono cioè enunciazioni *performative:* il fatto stesso di pronunciarle ha un effetto reale. Il suo comportamento eccentrico costruisce la sua singolarità di artista proprio mentre la parodizza dicendo: “il valore artistico delle mie opere è tutto nella mia eccezionalità”, ovvero nel brand Manzoni.

In questo senso, le tattiche di autopromozione che l'artista ha attivamente promosso e “orchestrato” – soprattutto i cinegiornali, iniziati con le *Linee* e poi proseguiti con i *Fiati*, la *Consumazione delle Uova*, le *Sculture viventi* – hanno sottilmente interagito col suo lavoro sullo status d'artista riverberando le une sull'altro e viceversa. Non a caso: la contaminazione tra alto e basso, tra avanguardia e Kitsch (che di lì a poco avrebbe cominciato a teorizzare Umberto Eco con *Apocalittici e integrati*, pubblicato nel 1964) è parte essenziale dello stile ludico e provocatorio del Puer e si presta perciò in modo naturale a traduzioni all'interno dei mass media.

A quei tempi, però, fu una mossa azzardata, che finirà per essere un'arma a doppio taglio, perché il “cerchio di riconoscimento” del grande pubblico non era il target giusto: nell'arte contemporanea l'aura si crea nel terzo cerchio, quello di esperti, critici e curatori, che anticipa e prevale sul secondo, quello dei mercanti (Cfr. Alan Bowness, *The Conditions of Success*, *1*989).

Fu infatti solo grazie al lavoro di Germano Celant e dopo la prima importante retrospettiva da lui curata e organizzata da Palma Bucarelli a Roma nel 1971 che cominciò a consolidarsi l'aura del grande artista contemporaneo, anche in quel caso propiziata da una bomba postuma: lo scalpore sollevato da un'indignata interrogazione parlamentare contro l'abominevole *Merda d'artista*. Vent'anni dopo, quella commistione di scandalo, provocazione ludica e autoconsacrazione ironica sarebbe stata il segreto del successo del vero continuatore del Manzoni contemporaneo: Maurizio Cattelan.

Profanazione ludica dell'aura

È destino paradossale delle avanguardie quello di diventare a loro volta convenzioni e venire riassorbite. Tuttavia, anche se il mondo dei mercanti d'aura ha ormai da tempo fagocitato senza batter ciglio persino la bomba della *Merda d'artista* scagliatagli contro dal burlone-guerrigliero (un barattolino oggi vale 200 volte più del prezzo in oro che l'autore aveva originariamente proposto), la conversione al paradigma contemporaneo di Manzoni rimane una profetica anticipazione di uno degli aspetti più importanti e appariscenti dell'arte attuale.

E la *Base magica* continua ad esercitare una sua paradossale “magia”: alla fine di questo lungo discorso, l'oggetto polveroso e senza glamour, il piedistallo di legno che ricorda un vecchio attrezzo da prestigiatore, si è trasfigurato.

Possiamo guardarlo con più attenzione, anche nel suo aspetto materiale: la quotidianità leggera del legno si contrappone ironicamente all'aulica pesantezza delle statue e fa pensare alla finzione del teatro e dei giochi infantili (“facciamo che chi sale qui sopra diventa una statua...”); le sagome dei piedi, che ricordano delle solette per scarpe, sembrano una presa in giro della solennità del museo. È un caso paradigmatico di *profanazione* attraverso il gioco, nel senso proposto da Giorgio Agamben. Il gioco distoglie dal sacro, ma senza abolirlo: è un “riuso incongruo” del sacro, cioè una profanazione (Giorgio Agamben, “Elogio della profanazione”, in *Profanazioni*, Nottetempo, 2005).

La *Base magica* è dunque una profanazione perché distoglie dall'aura dei mercanti, ma senza abolirla: è un “riuso incongruo” dell'Arte. Sopra il piedistallo, sulle sagome di scarpe che indicano un'assenza, aleggia il fantasma sornione di Piero che, come il gatto del Cheshire di Alice, è scomparso lasciando dietro di sé soltanto il sorriso.

Quel sorriso impercettibile è l'eccezionalità dell'artista, la sua aura giocosamente profanata, nella quale, come una figura ambigua, la profondità e la superficie, il sacro e il profano, l'avanguardia e il Kitsch riverberano continuamente l'uno sull'altro. Cosa fa di un artista un artista? Essere un santo. Essere un brand che crea un'atmosfera.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO