

IL RUOLO





Shit

OR NOT

SERVED

TIMED

W

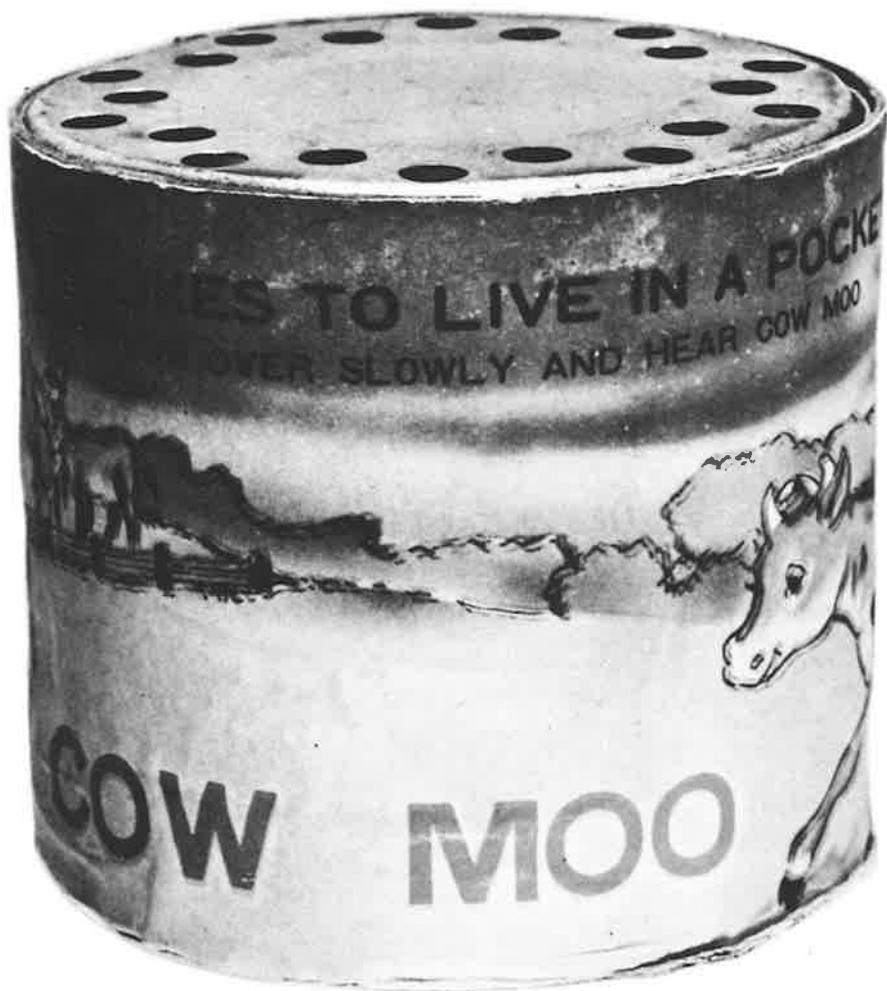
Merda d'artista Kunst

CONTENUTO NETTO GR 30

CONSERVATA AL NATURALE

PRODOTTA ED INSCATOLATA

NEL MAGGIO 1961



ES TO LIVE IN A POCKE
VER SLOWLY AND HEAR COW MOO

COW MOO

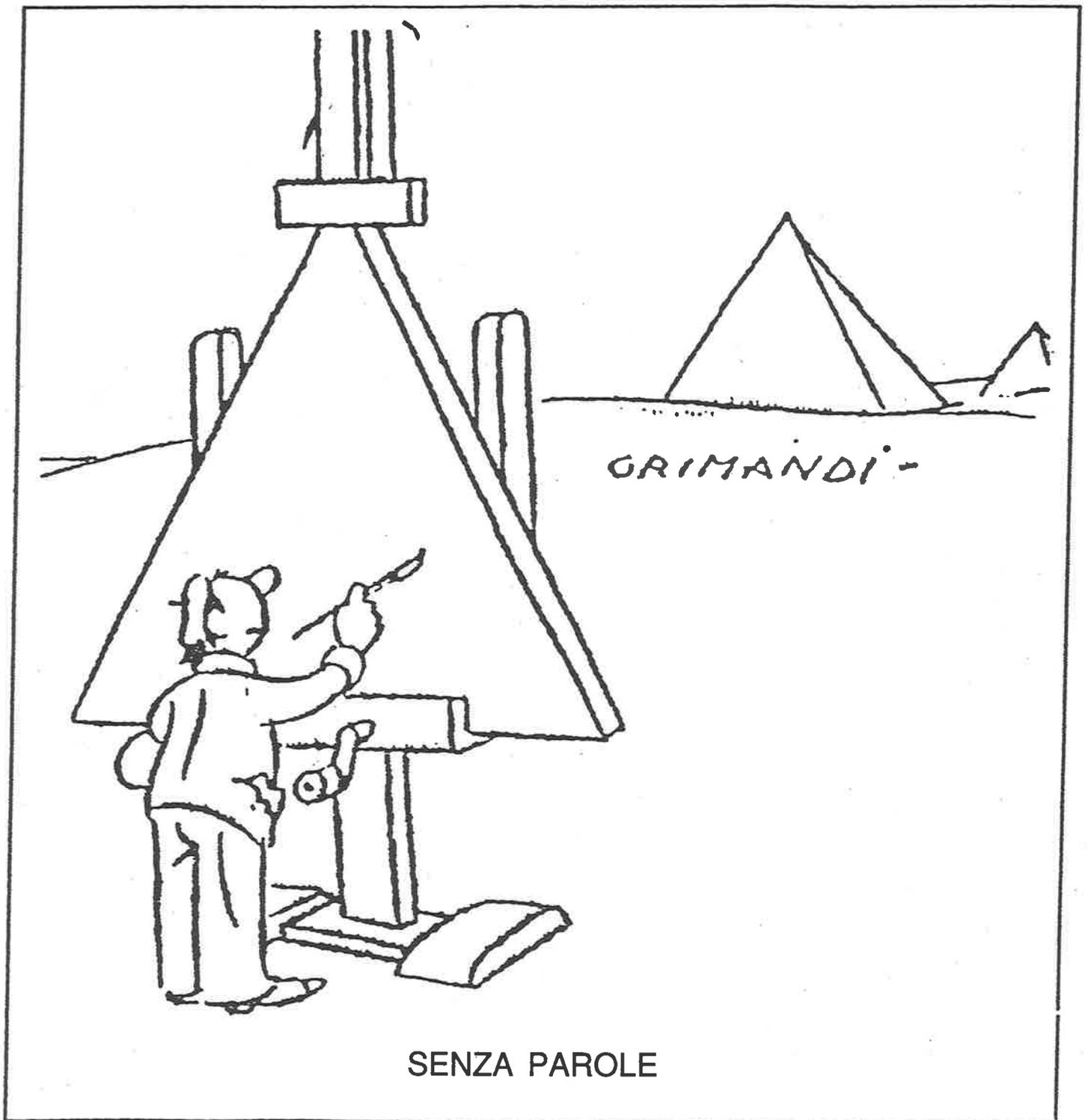
Studio Leonardi
V Idea
Piazza Campetto 8A/5
tel. 010/298029
16123 Genova



sculture finte







GRIMANDI-

SENZA PAROLE



siamo uomini o concettuali?

TUTTO E' ARTE

L'ARTE E' FACILE

TUTTO E' FACILE

C R U C I V E R R A

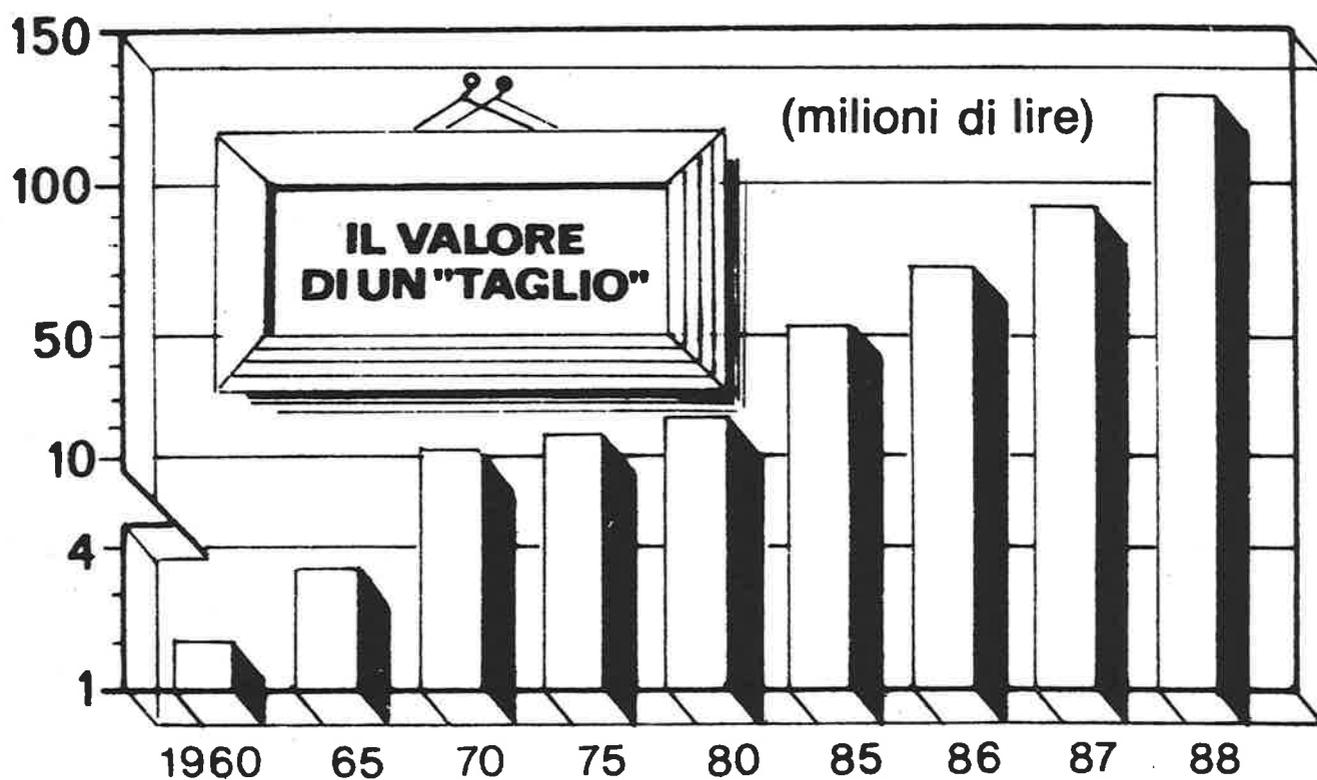
1			2	3		4	5	6	7					8	9
10		11					12						13		
		14							15	16	17				
18	19			20	21	22			23						
24					25			26					27		
28		29		30					31						32
33				34			35								
36				37		38		39	40	41	42	43			44
			45					46							
47		48				49	50		51					52	
53				54	55				56				57		
			58	59		60	61		62			63			
	64				65		66				67		68		69
70					71			72				73			
		74						75				76			

ORIZZONTALI

2 La regina Elisabetta fotografa (iniziali) - **4** Gallerista, cantante... di Napoli (nome) - **8** Lucido artista di Giorgio Persano (iniz.) - **10** Pittore in trans delle Marche - **12** Saluto fra artisti romani - **13** Nome di ruggente mercante americano - **14** Pittore americano che in Europa è un piccolissimo stato (nome y=i) - **15** Re della Pop Art - **18** La Giannelli di Genova - **20** È bene comperarla e metterla da parte - **23** Istituto Ricerche Tautologiche - **24** Le prime due di Fontana - **25** Il in romanesco - **26** Starnuto d'artista - **28** Il pie' veloce della critica (nome) - **31** Pittore dolce diro francese (cognome) - **33** Mania senza ma - **34** Anni romani di Sargentini - **36** Su tele quasi sempre - **37** Sopra la panca il lupo canta (pittrice) - **45** Capitale economica dell'arte in Italia (sigla) - **46** Pittore che ad alta temperatura fonde - **48** Artista francese che a Londra è il Big degli orologi (nome) - **49** Nomi dei coniugi Merz (iniz.) - **51** Centro Bene Informati - **52** Il fondatore del Beat '72 - **53** Il grande creatore - **54** Quattro in latino - **56** Scultore che rende - **58** Artista milanese pluridecorato (iniziali) - **60** Gianenzo Sperone - **62** Organizzazione Elementare - **63** Le prime tre di Jolas (J=I) - **64** In arte è meglio non rispettarlo - **66** La sua collezione è nel più grande "caffè" californiano - **68** Napoli senza... oli - **70** Poco usata dai concettuali - **72** Non è Lisa Ponti, ma un pittore di Monti - **74** Oro, incenso e... Sabina - **75** Bella gallerista di Napoli (nome) - **76** Di opere è sempre meglio averne almeno un...

VERTICALI

1 Pittore romano, pittore... - **2** Se fosse pittore... avrebbe grande risonanza - **3** Pittore con poca macchia - **5** Quello di Pascali è di 32 mq circa - **6** A Venezia è la vedova più conosciuta (iniz.) - **7** È il Sol dell'arte concettuale - **8** La patacca a Roma la prendi da... - **9** La Polizia in Danimarca - **11** Centro Ricerca Artistica - **13** Locarno Hotel - **16** Futuro Franchetti collezionista (nome) - **17** Antonio, mercante filosofietico a Torino (iniz.) - **19** Comportamento di artista pagato - **21** Filosofo amico di Marco Rotelli (cognome) - **22** Le grazie erano - **27** Stravagante artista romano di Via Brunetti (iniz.) - **29** Voce del verbo avere - **30** Poetico pittore marchigiano - **32** Ideatore dell'Estale Romana (iniz.) - **35** Gallerista milanese sosia di Dustin Hoffman - **38** Nuovi Architetti Meridionali - **39** Anna, architetto a Roma (iniz.) - **40** La mercante delle Seychelles - **41** Artisti romani u dell'... - **42** Emilio, artista a Roma - **43** Olio, Incisione - **44** Nunzio, Gallo, Ceccobelli - **45** Amare... (opera di Salvo) esposta da Lecce a Milano - **47** Artista immortale (iniz.) - **48** È sempre in compagnia di Alighiero - **50** Gallerista milanese che invita... per radio - **52** Umberto e Lucia (Segno) con tanto sale - **55** Vittorio scultore devoto a San... Giuseppe (iniz.) - **57** Pittrice americana... molto femminile a Roma (nome) - **59** Tipico dolceetto di Oldenburg (in Inglese) - **61** La metà di spazio - **62** Solo di Kosuth (y=i) - **64** Stone Anthony Manoppello - **65** A chi non compera - **67** Mercante che vola con un'ala sola e si salva (iniz.) - **69** Nome di gallerista buono, alto come un Monti - **71** Li gestisce a Roma Graziella Lonardi - **73** Petromilli scultore di *Autora Occidentale* (iniz.)



Per campione è stato scelto uno dei «tagli» di Fontana di cm 100x80 (40 punti), datato 1958. Ogni quadro può variare sensibilmente in base al numero dei tagli, alla qualità dell'opera e al colore della tela. Il bianco è il colore più ambito dal mercato





SIAMO
O NON
SIAMO
UN BEL
MOVIMENTO?

JOVANNOTTI

PLATONE
ARISTOTELE
AGOSTINO
TOMMASO D'AQUINO
GALILEO
CARTESIO
LEIBNIZ
NEWTON
KANT
HEGEL

A L'ENSEIGNE D'ART & CIE: CLAUDE RUTAULT
ROBERT BARRY-JENNY HOLZER-INFORMATION/
FICTION/PUBLICITE-JOSEPH KOSUTH-ERNEST T.
AVEC POUR EXTRAIT: A.M.Z. N°48, 1985/87 - SANS
TITRE, 1980 - SELECTIONS FROM TRUISMS, 1984 -
GENERIQUE + SOCIETE GENERALE, 1984 - IT WAS IT,
1986 - TRAVAIL REFLECHI, 1985.
ACQUISITIONS ENREGISTREES : 1987 - 1981 - 1984 -
1984 / '84 - 1987 - 1985.

ET COMPLEMENTAIREMENT POUR EXPOSITION, A
L'INVITATION DE MICHEL TOURNEREAU, CETTE
VERSION-DATEE 19.03/23.04.'88 - D'UN TRAVAIL
DE LEFEVRE JEAN CLAUDE.

studio
Oggetto *Corso Monforte 20*
angolo Visconti di Modrone 40
20122 Milano tel. 02/794580

FLASH ART E IL NEW YORK TIMES



Questa immagine è apparsa sul più autorevole giornale americano, il *New York Times* del 6 giugno 1988, con un titolo su 4 colonne, "Le più importanti riviste d'arte oggi nel mondo", e cioè *Flash Art*, *Artforum*, *Art in America*, *Art & Antiques*, dando a *Flash Art* un ruolo di preminenza.

La grande immagine è seguita da un lungo articolo di Jeremy Gerard in cui secondo il mondo dell'arte (artisti, collezionisti, mercanti, direttori di musei) *Flash Art* veniva definita "la rivista calda", quella cioè più immersa nell'attualità e nella creatività di oggi.

L'articolo continuava con una accurata analisi del ruolo delle riviste d'arte da tutti riconosciute come essenziale nel mondo dell'arte e della cultura di oggi: la rivista d'arte infatti rappresenta l'amplificazione e la diffusione delle idee e del lavoro degli artisti, che altrimenti la galleria ed il museo non potrebbero da soli espletare.

Le riviste d'arte hanno il ruolo di eco, enfatizzano la parola o anche il sussurro, la trasmettono all'artista stesso, al gallerista, al collezionista, al direttore di Museo.

"lo leggo tutto da 27 anni, cioè da quando Barbara ed io abbiamo incominciato a collezionare", dice Eugene Schwartz, uno dei più attenti collezionisti di oggi, colui che lo scorso novembre ha venduto un quadro di Anselm Kiefer per un miliardo e mezzo (sì, 1.500.000.000) che aveva pagato qualche anno fa 50 milioni, prezzo che in quel momento sembrò una follia.

I collezionisti sono i più devoti abbonati alle riviste d'arte, continua Schwarz, le seguono fedelmente, ne discutono tra di loro, assieme agli artisti ed alle gallerie. E naturalmente le riviste d'arte che hanno un credito, che si sono conquistato attraverso il tempo ed attraverso una prova continua di serietà, professionalità ed attenzione, determinano una notevole influenza sul collezionista e sul lettore; Marcia Tucker, direttrice del New Museum di New York, sostiene che per i collezionisti la credibilità di una rivista d'arte è in relazione al tempo da cui esiste la rivista.

Per l'autore dell'articolo infine le riviste d'arte svolgono un ruolo di grande influenza tra gli artisti stessi, perché secondo l'autore gli artisti sono tra i più attenti lettori di riviste così come anche i più attenti visitatori di mostre.

Advertorial

Réclame la chiama soltanto più qualche snob inguaribile o qualche tardone, come direbbe Armando Testa. Oggi specialmente a Milano (ma anche a New York e Londra) la pubblicità si chiama advertising almeno per quanto concerne giornali e riviste il cui cocktail (ma si dirà ancora così?) perfetto è difatti composto di due parti esattamente dosate ma ben distinte: le inserzioni pubblicitarie appunto e gli articoli redazionali, l'editorial per dirla in milanese. Ben distinte: è facile dirlo, «la tua mano destra non sappia che cosa fa la sinistra». Per esempio, i redattori di questo giornale leggono la pubblicità che pubblica soltanto quando è stampato, ma non è un imperativo morale, sono solo due linee di produzione staccate. Funziona: i lettori si sono accorti che da noi non ci sono compiacenze reciproche. Tuttavia... tuttavia ormai la regola d'oro è «Non importa *come* parlate di me, purché parliate di me». Persino la calunnia o l'invettiva possono diventare gradite: oggi tanto più il calunniatore è autorevole e prestigioso, tanto maggiore è il beneficio del calunniato.

Il nostro è per definizione un «giornale»: selezionare e offrire il maggior numero di informazioni possibile è il nostro compito in classe di ogni mese. Per fare la critica a posteriori, per fortuna ci sono altre pubblicazioni specifiche: le rubriche dei quotidiani e dei settimanali e le riviste specializzate. Essi in fondo hanno solo due scelte da fare: 1, di chi parlare e di chi no; 2, se parlarne bene o male. Ma, dite, quando avete letto l'ultima «stroncatura»? Chi pratica ancora questo salutare esercizio dialettico? Forse l'ultimo stroncatore alberga proprio in queste pagine ed è il nostro perfido editorialista (pardón, columnist) da Londra, Brian Sewell.

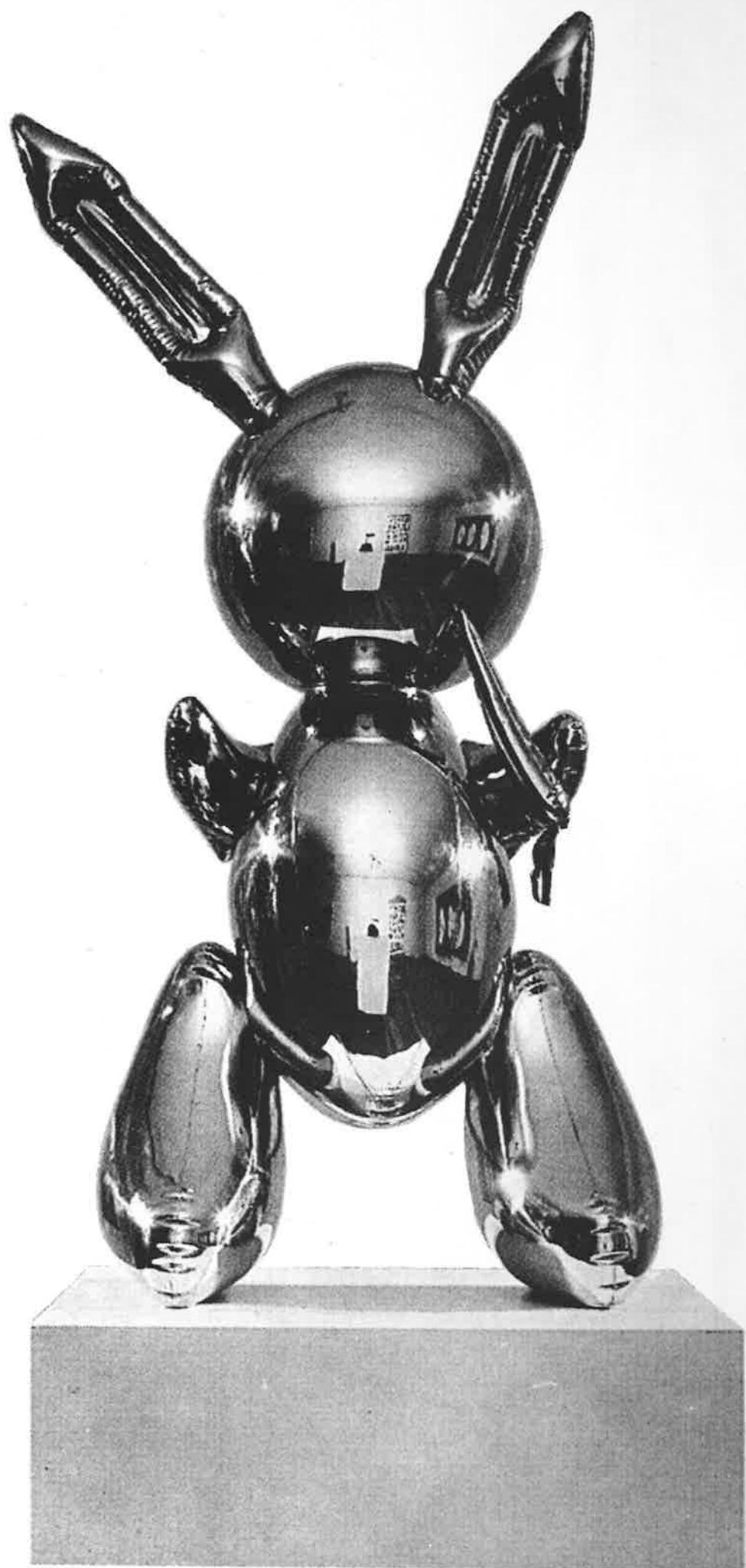
Ovviamente anche informare su una mostra e sui suoi contenuti è già un fatto pubblicitario (pardón: è advertising). Ma recensirla lo è ancora di più: occupa più spazio, impegna più energie. Recensirla e stroncarla è per paradosso il massimo: poiché non lo fa più nessuno, l'unico modo di essere sicuramente notati e ricordati è di godere di una rara, delizievole, dura, violenta e iconoclasta critica distruttiva.

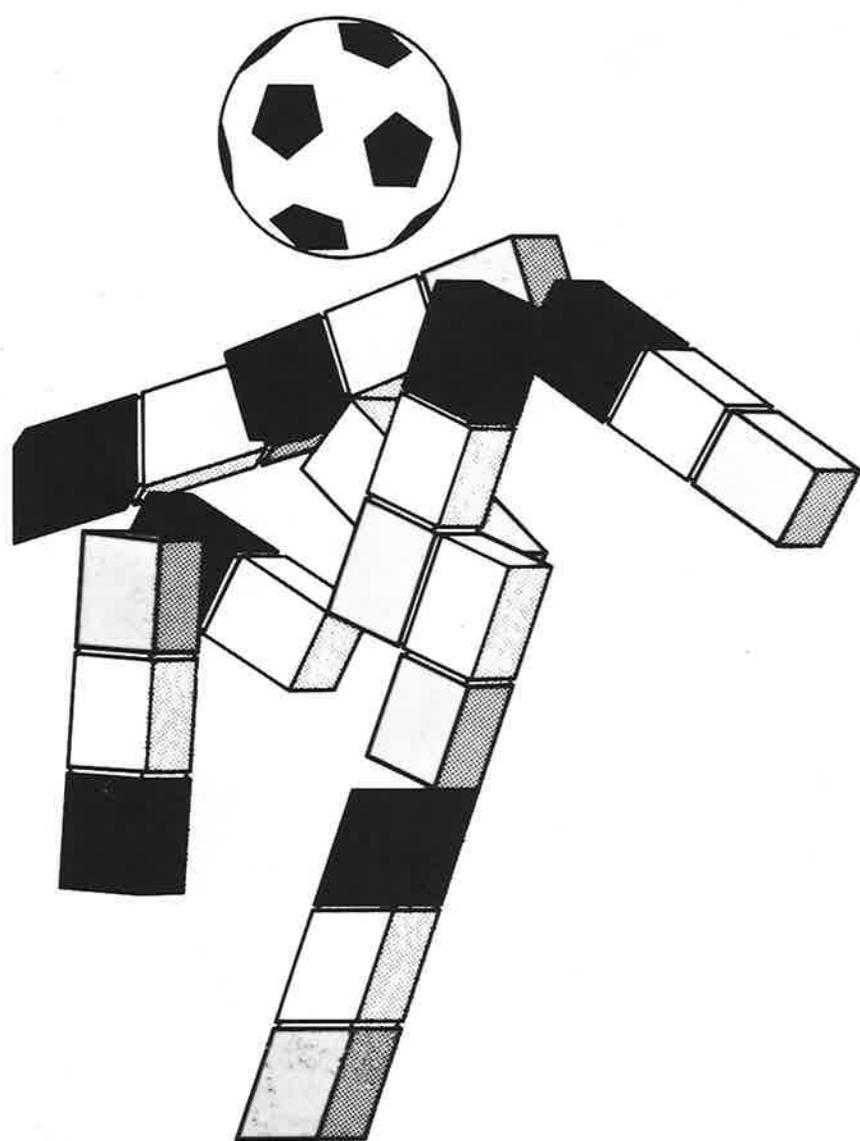
Il lettore ha già capito che questo pensierino di fine anno in verità è l'effetto di una indigestione di genere natalizio: con una esagerazione tipicamente italiana siamo sommersi, alluvionati da una dovizia di articoli, inchieste, pagine, supplementi, riviste, rivistone e rivistine che scrivono, scrivono, scrivono d'arte. Chi leggerà tutto ciò? Chi ha ancora tanto tempo e tanta voglia? Ma il problema vero è un altro: il 90% (ma forse di più) di ciò che si scrive nel campo dell'arte è ormai di un genere nuovo, che non è pubblicità e non è giornalismo redazionale ma che è un altro mostro dei nostri tempi. Ha già un nome, quello dei due impuri amanti dei quali è il figlio degenerare: advertising più editorial. Il mostriciattolo bastardo si chiama advertorial.

RAUCHEN

IST

ARBEIT





IL RUOLO ROBERTO O. COSTANTINO maggio 1989
Ed. IL RUOLO Via Firenze 27B/6 17100 Savona

Tipografia: «La Stampa»
Laboratorio fotografico: «Piccardo & Rosso»

