

MINIMO SFORZO MASSIMI RISULTATI, COME ESSERE IL CARTELLONE PUBBLICITARIO DI SE STESSI.



L'approccio artistico del "sublime Maestro" Maurizio Cattelan si costruisce sulla sintesi di un key visual, come diremmo noi pubblicitari: quindi, un "concept" che racchiuda, in modo sintetico e di forte impatto, il significato di quello che si vuole comunicare. D'altronde, l'arte contemporanea si fonda proprio su questo: riflette il tempo in cui viviamo, solitamente sfidando le convenzioni per stimolare il dibattito e l'autoconsapevolezza, suscitando emozioni, anche quelle più scomode. Questo dovrebbe farlo anche la "comunicazione" ma non sempre succede. Troppo spesso, gli obiettivi commerciali prevalgono, e il messaggio viene caricato di troppe informazioni, con una sorta di 'censura' dovuta al timore di perdere consensi; infatti, quando è l'advertising che chiama l'arte, non produce mai nulla di buono, sbaglia artista, gli mette in mano un detergivo per piatti e glieli fa pure lavare. Se il contrario, voilà: l'opera di un falsario, un matto, uno che ha voglia di fare uno scherzo, è definita e potrebbe pure vendere.