

Comunicato stampa

PALLADIO È MORTO

Palladio dà i numeri: 500 anni, 95.317 ingressi (2.990 dei quali in un solo giorno), 1.800.000 euro di incasso.

E poi: un manifesto 100x70, quello che l'Associazione VAGA Giovani Architetti della Provincia di Vicenza ha affisso – *e distribuirà a chi ne farà richiesta* – lungo le strade di Vicenza.

Un manifesto polemico, che invita a leggere attentamente tra le righe.

A conclusione del più importante avvenimento dell'anno palladiano, l'Associazione VAGA, con autonomia e libertà, si impegna per il 2009 in un progetto, o per meglio dire un processo, di sensibilizzazione pubblica rivolta a tutte le categorie per discutere pubblicamente del marchio Palladio e del suo indotto.

Per chiederci se Palladio potrà finalmente riposare nella storia della cultura o se dovrà continuare ad essere usato come logo immarcescibile dell'intoccabile città di Vicenza patrimonio dell'Umanità.

Un nome, un personaggio, un brand, un trend, alle cui sacre vestigia sono stati sacrificati 500 anni di architettura vicentina e dedicate centinaia di migliaia di insegne di capannoni, di centri commerciali, di discoteche, di hotel da zero a cinque stelle, di centri benessere, di scale, di controsoffitti a Vicenza, al mare, in montagna: a ciascuno la sua specialità.

Un'azione manifestata pubblicamente sulla base dell'idea che la cultura si trova in piazza, *vive e muore con essa*, è composta di stratificazioni, azioni sempre differenti e differenze, scarti.

Come la visione di un manifesto appeso, letto, strappato, gettato a terra.

Vicenza, 30 gennaio 2009

