

NERO

NERO è un'agenzia che opera nel campo della cultura e delle arti attraverso formati e campi d'interesse diversi quali editoria, critica, ricerca, consulenza, design, direzione artistica, produzione di eventi (considerandoli come strumenti complementari per un intervento più significativo sul contemporaneo).

Fondato nel 2004 da Francesco de Figueiredo, Luca Lo Pinto, Valerio Mannucci e Lorenzo Micheli Gigotti, NERO è stato tra i primi free-press culturali della sua generazione, per diventare in pochi anni una delle realtà culturali più conosciute e influenti nel circuito delle arti contemporanee in Italia e non solo.

Oggi NERO non è più una semplice rivista ma una casa editrice, uno studio grafico, un collettivo e un'agenzia creativa che lavora con musei, istituzioni pubbliche e private, artisti, curatori, brands e organizzazioni indipendenti, concependo ogni progetto al fine di ottenere un risultato originale in termini di contenuto e design.

Tra gli obiettivi principali di NERO c'è la volontà di superare le demarcazioni tra discipline, costruendo traiettorie di ricerca che superino i singoli campi del sapere, attraverso indagini e processi di rappresentazione inediti e multi-formato, in modo da sfumare i confini tra categorie, tradizioni e ideologie precostituite. NERO giustappone significati, forme, contenuti, linguaggi e posizioni con la volontà di creare un discorso culturale non autoreferenziale, ma ogni volta specifico e marginale che rispecchia l'identità stessa del collettivo: internazionale ma radicato, innovativo ma alla continua ricerca dell'invenzione di nuove tradizioni che ridefiniscano il tempo e lo spazio in cui viviamo.

L'intera attività, che si espande dalla rivista ai libri d'artista, dalla consulenza al sostegno di iniziative artistiche, è concepita come un compendio di diverse sezioni o tipologie di azione, ognuna con un format preciso che indaga uno o più aspetti legati alla cultura contemporanea. Per questo motivo NERO ha nel tempo assunto diverse forme e si ridefinisce di continuo attraverso strumenti inediti e nuove strategie di produzione di significati.

NERO ha collaborato nel settore della cultura e delle arti visive con istituzioni come:

American Academy in Rome
Artissima, Torino
Biennale di Venezia
CAC, Bretigny
Depart Foundation, Los Angeles
dOCUMENTA, Kassel
Fondazione Giuliani, Roma
Hammer Museum, Los Angeles
Haute école d'Art et de Design, Ginevra
Istituto Italiano di Cultura di Los Angeles
Istituto Italiano di Cultura di Madrid
Istituto Italiano di Cultura di New York
Istituto Svizzero di Roma, Roma/Milano
Japan Foundation, Giappone
Galleria Borghese, Londra
Museo MAXXI, Roma
Museo MACRO, Roma
Museo MAN, Nuoro

Nomas Foundation, Roma
Galleria Blain Southern, Londra
Galleria Lorcan O'Neill, Roma
Galleria Magazzino d'Arte Moderna, Roma
Galleria Monitor, Roma
Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, Torino

NERO ha inoltre collaborato per progetti pubblicitari e di co-branding con clienti come AltaRoma, Club to Club Festival, Grey Goose, Delfina Delettrez, Diesel, Fendi, Four Roses, Maramotti, Marselleria, Mini, Motel Salieri, Nastro Azzurro, Nike, Pitti Immagine, Red Bull, Renault, Vice.