

LE MIE ORGE A POIS

Atti osceni. Body painting. Nudità esibita. La performer, icona di Vuitton, racconta in un libro gli anni ruggenti di New York. Trionfo di arte e porno

DI YAYOI KUSAMA

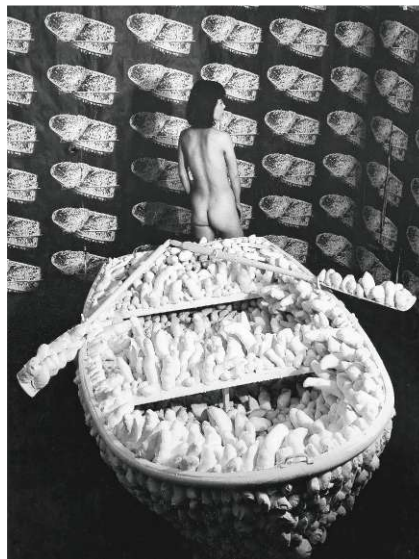
Ora è un classico. Nome celebrato ovunque nel mondo, la più quotata tra le artiste donne viventi, icona di Vuitton che dopo aver sponsorizzato nel 2012 l'antologica alla Tate Modern, nel suo nome e nel suo segno ha decorato a pois le vetrine di tutti i suoi negozi del pianeta. Ma nei favolosi anni Sessanta, Yayoi Kusama, nata a Osaka, fu la più spericolata delle performer. Regina degli happening ad alto tasso erotico, profetessa del Peace&Love a pallini, guerriera dell'avanguardia che usciva ed entrava di prigione causa atti osceni e conquistava le copertine delle riviste glamour, ispiratrice occulta di tanto Warhol. Una meteora scatenata che pagò a caro prezzo la sua energia e la sua pirotecnica follia. Quella che racconta lei stessa nell'autobiografia "Infinity net" (edizioni Johan&Levi) in uscita in libreria dove, nella New York pre Aids, tutto si mescola: cultura hippie, liberazione sessuale, pornografia e arte. Ne anticipiamo alcuni brani. (A.M.)

All'epoca l'area intorno alla chiesa di St. Mark nell'East Village, a Manhattan, era diventata l'epicentro del movimento underground e un luogo di ritrovo per le comunità beatnik e hippie. Ricchi gentiluomini a caccia di avventure ci andavano per incontrarli. Ed era pieno di papponi pronti a procurare loro ragazzine hippie di sedici o diciassette anni. Poi ci andavano le donne bianche in cerca di uomini neri. Intanto le orge erano sempre più in voga, con feste che si tenevano ogni sera al New York Palace sulla Fifth Avenue e che attiravano persino attori e attrici di Hollywood. Gli appartamenti di lusso che circondavano la Fifth Avenue con i suoi alberghi famosi in tutto il mondo diventarono il quartier generale delle orge dell'upper class».

«In queste situazioni non aveva senso parlare di razocinno o di morale. Esistevano solo gli istinti più primitivi degli esseri

umani. Una volta, una delegazione di 48 aristocratici di un certo paese in visita negli Stati Uniti partecipò a un'asta presso una galleria di Madison Avenue. C'ero anch'io, e nel bel mezzo della festa qualcuno mi bisbigliò all'orecchio: "Vorrei partecipare a un vero Body painting happening newyorkese, mi ci porterebbe?". Le donne apparivano altolocate e pudiche, ma sotto sotto erano molto curiose. Non serve che spieghi a quali evoluzioni si lasciarono andare, quella notte».

Dal Way-Out Dress al musical «Mi cimentai in molte iniziative al fine di allargare il mio campo d'azione. Dal punto di vista del contenuto, tali iniziative rientravano in quattro diverse categorie. La prima riguardava la progettazione e messa in opera di un gran numero di happening e musical, per i quali istituì la Kusama Enterprise, la



Kusama Polka Dot Church e la Kusama Musical Production. La seconda abbracciava il campo della moda, con la Kusama Fashion Co.Ltd., che si occupava di produrre e vendere abiti Kusama e altri tessuti. Ottenni un finanziamento di 50 mila dollari per avviare una produzione di massa, per poi distribuire i vestiti in oltre 400 punti vendita sull'intero territorio degli Stati Uniti, con addirittura un "Kusama Corner" in uno dei maggiori centri commerciali newyorkesi: Bloomingdale's».

«Il mio Party Dress, che conteneva fino a 25 persone, costava 2 mila dollari. L'Homme Dress, con una strategica apertura sul retro, 15 mila. Un abito da sera con seno e sedere scoperti arrivava a 1.200 dollari.



SOPRA: KUSAMA CON LA COLLEZIONE LOUIS VUITTON (LONDRA, 2013). A FIANCO: "NAKED HAPPENING" SUL PONTE DI BROOKLYN (1968). A SINISTRA: "AGGREGATION: ONE THOUSAND BOATS SHOW" (GALLERIA GERTRUDE STEIN, NEW YORK 1963).

pany, un acronimo forzato che rievoca il termine gergale per l'organo di riproduzione maschile. Quell'anno presentai il mio body painting in due trasmissioni tv popolari, il "Johnny Carson Show" e l'"Alan Burke Show". Per quest'ultima occasione allestimo un happening, con tre donne e un uomo nudi».

Body Paint Enterprises «C'era la Orgy Company, altrimenti nota come Kusama Sex Company, che si occupava soprattutto di organizzare incontri di sesso collettivo e vendere foto di grande formato raffiguranti genitali femminili. Tutti pensava-

erotico, con aperture sui seni e sui genitali che permettevano di fare sesso senza spogliarsi, e vestiti simili a sacchi a pelo, che potevano essere indossati contemporaneamente da un uomo e una donna, consentendo loro di avere rapporti all'interno. L'obiettivo dell'azienda era diffondere sul mercato della grande distribuzione questa moda inedita e programmaticamente mirata a favorire la sessualità».

«L'attività andava di pari passo con l'organizzazione di svariati happening. Una volta, per esempio, 30 persone, uomini e donne, si infilarono in un enorme abito confezionato con bandiere sovietiche e statunitensi e, dopo aver contato da uno a quattro, si tuffarono in mare e cominciarono a fare l'amore in acqua».

«All'epoca, quando lavoravo nel mio studio, indossavo un vestito con fori di 20 centimetri di diametro sul sedere, il seno e i genitali, mentre i miei assistenti erano nudi, fatta eccezione per un sacchetto di tessuto stampato che copriva loro il pene e i testicoli».

«Mi cimentai anche nell'editoria, con la pubblicazione del settimanale "Kusama Orgy", di cui ero direttore. I temi trattati? Nudità, amore, sesso, pittura e bellezza. La rivista era distribuita in tutte le edicole degli Stati Uniti. Fino alla fine del 1969 continuai a organizzare molti eventi tra orge, happening, fashion show all'atelier e feste a sfondo erotico. Poi calò il sipario anche sugli anni Sessanta, quelli che avevano segnato la grande svolta». ■

Ricevammo ordini per i miei See-Through Dress e Way-Out Dress da molte donne della cosiddetta alta società, quella frequentata da Jackie Onassis, per intenderci, e nell'aprile 1969 aprii una boutique tra la Sixth Avenue e l'8th Street. Tutti i vestiti che disegnavo e producevo erano a pois. La terza categoria annoverava le attività legate alla produzione di film, con la fondazione della Kusama International Film Co. Ltd., che si occupava della distribuzione dei documentari sugli happening e sugli altri eventi. Nella quarta categoria rientravano le mie altre iniziative. Fondai il Body Paint Studio, che funzionava come un'agenzia per modelle, e lo Homo Social Club KOK. KOK stava per Kusama Omophile Kom-

no che gli incontri fossero frequentati soltanto da hippie, invece la maggioranza dei partecipanti erano normali impiegati. Anzi, i più assidui erano personaggi che godevano di uno status sociale elevato come avvocati, medici o professori universitari. C'era anche chi si portava dietro la propria moglie. Si spogliavano e si facevano dipingere addosso i miei pois. Offrivamo inoltre un servizio di vendita per corrispondenza di spread shots (scatti di genitali femminili aperti) e vari tipi di oggetti erotici. I pacchetti di 12 foto a grandezza naturale costavano cinque dollari, mentre i poster ingranditi da tre a cinque l'uno».

«Poi c'era la Nude Fashion, che produceva soprattutto abiti per feste a sfondo