

INCONTRI SUL CONTEMPORANEO
Gli artisti, l'arte e la psicologia

A cura di Stefano Ferrari e Mona Lisa Tina



I quaderni di PsicoArt

Vol. 3, 2013

Incontri sul contemporaneo.

Gli artisti, l'arte e la psicologia

A cura di Stefano Ferrari e Mona Lisa Tina

ISBN 97888905252420

Edita da *PsicoArt - Rivista on line di arte e psicologia*

Università di Bologna

Dipartimento delle Arti Visive, Performative e Mediali

Piazzetta Giorgio Morandi, 2

40125 Bologna

Collana AMS Acta AlmaDL

diretta da Stefano Ferrari

www.psicoart.unibo.it

psicoart@unibo.it

Indice

- 5 Stefano Ferrari
Premessa
- 9 Giorgio Bonomi
*L'autoscatto nella fotografia contemporanea.
Ovvero la necessità dell'autorappresentazione*
- 25 Carmelita Brunetti
Mercato dell'arte contemporanea nel terzo millennio: l'artista e il sistema
- 39 Marina Buratti
Inhumare-Exhumare
- 49 Giovanni Castaldi
Fare arte e fare psicoanalisi
- 65 Francesca Catastini
Analisi del processo creativo. Un approccio empirico alla psicologia dell'arte
- 77 Corinna Conci
Se il cuore è un piccolo cervello: l'incontro tra arte e psicologia
- 91 Tiziana Contino
Interactive Psychosocial Art
- 105 Isabella Falbo
Critica Performativa. Dalla critica d'arte scritta alla critica d'arte visiva
- 113 Dino Ferruzzi
Luogo come bene comune
- 127 Loredana Galante
Creare: dialogare con l'energia
- 141 Vera Giommoni
Sinestesia e arte. Intreccio dei sensi e dei pensieri
- 155 Valentina Medda
Arte e forma
- 165 Bruno Taddei, Maria Grazia D'Amico
Intorno alla mostra "Graffi dell'anima" (2010)
- 175 Rita Vitali Rosati
Artisti & Padreterni

CARMELITA BRUNETTI

Mercato dell'arte contemporanea nel terzo millennio: l'artista e il sistema

*La fortuna non esiste:
esiste il momento in cui il talento
incontra l'occasione.*
Seneca

Il mercato dell'arte contemporanea, nel Terzo Millennio, nasce da un intreccio di relazioni complesse e imprevedibili, in cui i diversi "attori" (artisti, critici, galleristi, aste, collezionisti) si destreggiano. Per iniziare a capire come si muovono gli attori in questo scenario articolato facciamo riferimento al saggio di Oscar Wilde, *Il critico come artista*, scritto nel 1889, in cui si individua uno scontro tra artista e critica:

... la critica è più creativa della creazione e quindi è quest'ultima ad attribuire valore all'opera d'arte. Il critico ci mostrerà sempre l'opera d'arte in una qualche nuova relazione con la nostra epoca. Lui ci ricorderà sempre che le grandi opere d'arte sono cose vive, sono, infatti, le sole cose vive.¹

Oggi però, oltre l'artista e il critico, c'è un terzo attore che gioca un ruolo fondamentale nella creazione del valore di un'opera: il mercato. Dalla mia esperienza editoriale e curatoriale nasce l'interesse verso la situazione del mercato dell'arte e le sue dinamiche. Con questo argomento cercherò di offrire una panoramica globale della concezione di "sistema d'arte contemporanea" e del suo funzionamento. Prima di addentrarci nella situazione attuale del mercato dell'arte è importante fare una riflessione sul valore della cultura nella nostra società italiana e se la crisi economica di cui tanto si parla si accompagna a una vera crisi culturale di cui poco si tratta. Riusciremo, dunque, come scrive Andrea Carandini:

... a superare questa decadenza, a rigenerarci combinando patrimonio, interpretazioni e creazioni, in modo che si potenzino a vicenda, sia nella

cultura come fine in sé e sia nella cultura come presupposto per produrre qualità appetibili e servizi culturali per tutti i continenti?²

Qualsiasi riflessione sul mercato dell'arte contemporanea non può prescindere dalla considerazione del rapporto tra storia dell'arte e storia del mercato dell'arte, che è considerevolmente mutato soprattutto negli ultimi dieci anni. Nei mercati finanziari è noto che le grandi opere d'arte e il loro mercato non sono soggetti alle due comuni disgrazie di cui soffrono i normali beni scambiati sui mercati: deterioramento e volatilità del prezzo (e l'annesso problema di svalutazione), poiché come mostrano i *trends* di mercato, si può dire che il prezzo di un'opera d'arte (in questo caso ci riferiamo ai classici, da Caravaggio a Dalì passando per Monet) sia sempre soggetto a un incremento monotono (cioè sempre crescente). Diversamente dalla moneta, che può essere sempre creata e riprodotta dalle banche centrali, un'opera d'arte è caratterizzata proprio dalla sua rarità e non riproducibilità. Un grosso problema connesso alla volatilità del prezzo è quello della svalutazione, che ha scatenato la caduta dei prezzi delle case durante la crisi dei mutui *subprime* del 2007 negli Stati Uniti. Contrariamente al mercato immobiliare il mercato dell'arte non sarà mai soggetto a svalutazione, poiché l'arte è considerata un investimento sicuro e stabile anche nei momenti di crisi finanziaria. Infatti, è possibile che un Van Gogh (ad esempio, *Vue de l'asile de la chapelle de Rémy*, venduto per 17 milioni di sterline), perda il 60% del suo valore? Molto difficile, quasi impossibile. E a confermare questo andamento è l'acquisto per 250 milioni di dollari da parte della famiglia reale del Qatar de *I giocatori di carte* (1890-1895) di Paul Cézanne. L'opera è diventata la più pagata al mondo, quasi raddoppiando i 140 milioni di dollari sborsati dal messicano David Martinez per l'opera *N. 5* (1948) di Jackson Pollock. Il mercato dell'arte in generale, presenta un lato oscuro: mentre l'acquisto degli artisti più affermati e rinomati come Modigliani, Cézanne o Picasso, appartenenti al mercato dell'arte moderna, assicurano investimenti sicuri con prezzi continuamente crescenti, il mercato dell'arte "attuale", invece, si presenta con caratteristiche totalmente diverse come l'aspetto "speculativo" e rendimenti più incerti, perché spesso si scommette su una risorsa a volte non materiale e difficilmente valutabile come gli artisti emergenti.

L'arte contemporanea, nell'era della sua finanziarizzazione, rischia di creare una bolla speculativa, cioè una volatilità molto alta dei prezzi con una spinta ingiustificata verso l'alto per poi andare incontro all'inevitabile crollo. Basta considerare l'esempio dell'artista Damien Hirst (1965). Il mercato di Hirst, dopo aver raggiunto il suo picco nel 2007, è crollato tra il 2008 e il 2010 per poi ritornare, nel 2011, al livello di nove anni prima.

Il suo quadro *Strontium 500* battuto da Sotheby's il 15 maggio 2007 per 1 milione e 496 mila euro è stato poi rivenduto a 200 mila euro in meno il 7 Novembre 2011. In asta da Christie's, il 13 febbraio 2013, *Away from the Flock (Divided)*, un agnello in una soluzione di formaldeide, acciaio e vetro del 1995, opera creata nello stesso anno in cui l'artista vinse il *Turner Prize*, era stimata tra 2,1 e 2,8 milioni di euro.

In asta da Sotheby's fra i più venduti è l'anglo-indiano Anish Kapoor (1954), che nel 1997 quotava da 15 mila a 45 mila sterline. Quello che sta succedendo nei mercati è chiaro, il grafico esprime bene la situazione e quello che potrà succedere in futuro. Tuttavia, il mercato dell'arte contemporanea dopo una forte e parzialmente giustificata caduta nel 2008 (a causa della crisi finanziaria iniziata negli Usa nel 2007), sta vedendo crescere le sue quotazioni, raggiungendo "strani" risultati nel primo semestre del 2011. C'è una forte volatilità, primo segnale d'allarme dello scoppio di una bolla speculativa. Confrontando l'andamento dei prezzi dei titoli nel mercato dell'arte con i prezzi relativi dei titoli dei mutui *subprime* (termine bancario che indica prestiti o mutui) è facile notare che il *trend* dei due mercati è molto simile. Dopo l'apice raggiunto nel 2006 e il conseguente crollo del prezzo delle case, il 2007 è coinciso con la crisi dei *subprime* e lo scoppio della bolla speculativa immobili. Ma come si spiega una crescita così sproporzionata rispetto gli altri indici borsistici in un periodo di crisi come questo?

Per trovare una giustificazione all'anomalo *trend* del mercato bisogna guardare verso la Cina. Le vendite delle due più importanti gallerie d'arte al mondo, Christie's e Sotheby's, confermano questa ipotesi. Per Christie's, nel primo semestre del 2011, gli acquisti da parte di clienti cinesi sono arrivati al 20% del totale, mentre per Sotheby's le vendite nelle filiali asiatiche hanno raggiunto un incremento nel 2011 pari al 47%. Il mercato dell'arte delle piazze asiatiche nel 2011

è salito del 39% sull'anno precedente. A spingerlo verso l'alto, il maggior numero di aste e le quotazioni in salita degli artisti contemporanei asiatici. Va ricordato anche che dal 2008 la Cina ha investito oltre 620 milioni di euro in un progetto che mira a rendere gratuito l'ingresso nei musei (ad oggi sono 1800 i musei ad ingresso libero e 500 milioni i visitatori ogni anno). In Cina ad esempio si contano 40.000 gallerie rispetto alle 55.000 in Europa e 50.000 negli Usa ed è ormai il mercato più grande nella vendita all'asta di beni d'arte (di 10 artisti in asta nel 2010, ben 4 erano cinesi). L'assimilazione dell'arte all'attività finanziaria ha portato alla nascita della borsa dell'arte. La Cina è una pioniera in questo campo. Nel 2009, infatti, il governo cinese ha lanciato la *Shenzen Cultural Assets and Equity Exchange* (SZCAEE), vale a dire la borsa culturale di Shenzen. Questo modello di borsa sta prendendo piede nel mondo e già in Francia nel 2011, Pierre Naquin ha lanciato l'*Art Exchange*. In Italia, sul modello dell'*Art Exchange*, nasce al Museion di Bolzano, il 14 dicembre 2012, un progetto che si chiama *Artexchange*.⁵ Per *Art Exchange* il valore di mercato di un'opera d'arte cambia e mette in gioco solo l'emozione e il piacere di godere di un'opera, quindi in questo caso contano solo le opere e il loro scambio. Quando viene messa in esposizione una nuova opera, si avvisa l'artista, autore dell'opera sostituita. Lo scambio di opere d'arte può essere ripetuto e ciascun artista può partecipare più volte all'iniziativa di scambio. Gli artisti che propongono in scambio una propria opera, dovranno fornirne anche una fotografia e i dati tecnici. Con questa operazione si favorisce sviluppo culturale e incremento economico poiché stimola la fantasia e gli appetiti dei collezionisti. L'opera d'arte è anche un prodotto economico, e se si applicassero al mercato dell'arte le teorie di Philip Kotler⁶ (Chicago, classe 1931), autorità mondiale nell'ambito del marketing, il quale riferisce che il successo di un prodotto o di una persona, non dipende dal caso o dalla fortuna, ma dall'aver scelto un posizionamento adatto nella società, forse si capirebbe che anche per l'arte le cose funzionano proprio allo stesso modo. Perciò se noi adattassimo la sua teoria anche al mondo dell'economia dell'arte, ecco come dovrebbe comportarsi un artista emergente per affermarsi: scegliere la Galleria che ha maggiori contatti con i musei e le istituzioni, curare il marketing, vivere di public relations.

Il pragmatismo e l'attualità del suo pensiero fanno di Kotler un autore e uno speaker apprezzato a livello internazionale. Viene attribuito a Kotler il noto concetto delle "4 P" del Mix Marketing: *Product, Price, Place, Promotion*. Verso la fine degli anni '70, Kotler aggiunge alle quattro "P" principali due ulteriori: *Positioning* e *Packaging*.

Il mercato dell'arte si presenta inoltre in diversi modi. Il *Segmento di mercato* è un tipo di mercato che riguarda i Musei d'Avanguardia, aperto negli anni '60 - '70 e sviluppato negli anni '80 soprattutto nei Paesi Bassi, in Germania, Svizzera e Francia. In questi musei troviamo opere così definite "difficili" che per la loro natura possono stare solo in sale museali. Si pensi ad esempio alle opere di Damien Hirst, che sovente consistono in grosse vasche di formaldeide contenenti animali mummificati, alle installazioni multimediali di Matthew Barney o alle opere ambientali di Richard Long.

Il *Mercato alternativo* è un mercato nazionale nel quale operano artisti noti presenti alle principali Fiere d'Arte Contemporanea Nazionali (*MiArt, Artissima, Arte Fiera*) e invitati a esporre in spazi pubblici. All'interno di questo mercato s'incontrano delle così definite *super star* come Michelangelo Pistoletto, Robert Rauschenberg, Bruce Nauman, John Baldessari, e altri.

In ultimo, vi è il *Mercato Junk*, un mercato locale che vende prodotti per arredamento, quadri da 100 euro, stampe e altra oggettistica, dove gravitano gli *Art Advisor*, figure professionali laureate in Storia dell'Arte, che offrono alle banche o a fondazioni bancarie un servizio di consulenza ai loro clienti più facoltosi.

Visto che l'opera d'arte è considerata anche un prodotto, come si determina il suo prezzo?

Il prezzo dell'opera si articola da A a C cioè dal mercato locale, nazionale e internazionale ai galleristi, critici e case d'asta.

Altro punto fondamentale della nostra argomentazione è sapere cosa genera il *Mercato dell'Arte* nel Sistema Economico Globale. Genera profitto e ripresa economica soprattutto nel settore culturale. Inoltre i turisti culturali hanno un alto potere d'acquisto, comprano

oggetti di valore, pagano alberghi di lusso, procurando beneficio economico al territorio. Le fiere e tutti gli eventi culturali sono così efficaci per il progresso non solo culturale, ma anche economico. L'attività economica è come uno sport competitivo dove le regole ne sono per forza un elemento costitutivo e in ogni transazione si cede qualcosa per avere qualcosa. Lo stesso succede nel Mercato dell'Arte, pensiamo alle aste e a come le quotazioni di un'opera sono determinate a seconda della sua battuta. Più il prezzo è alto nella transazione, più ci guadagna l'artista, la casa d'asta, e infine il collezionista che ha investito. Scambiamo perché la nostra vita è estremamente migliore scambiando, di quando sarebbe se non lo facessimo. L'ambizione dell'autosufficienza è tipica della povertà. Le regole, dunque, consentono i comportamenti "micro" che vanno a comporre il puzzle "macro".

Costi delle Fiere

(Interv. Operatori)

Tab.

Fiera	Quota d'Iscrizione [€]	Costo superficie [€/m ²]
Frieze, Londra	265	320
Art Basel, Basilea	500	590
Miart, Milano	1800	215
Artissima, Torino	2000	220
Arte Fiera, SetUp Bologna	1000	240
Arco, Madrid	300	260
Fiac, Parigi	450	465

Mercato dell'arte in Italia

In questo ultimo decennio il mercato dell'arte nel nostro paese ristagna. Non solo si sta fermando la compravendita di opere d'arte contemporanea fra privati, ma anche quella antica e l'antiquariato si sono bloccate. La situazione italiana è davvero difficile e psicologicamente ne risente non solo l'artista ma tutti coloro che lavorano nel settore. Il primo decennio del XXI secolo sembra così segnato dalla consacrazione dell'attività delle case d'asta, sempre più riconosciute come affidabile sistema di compravendita di opere per la trasparenza e la sicurezza del meccanismo. Maggiore è stato anche il coinvolgimento delle case d'asta sul piano della promozione culturale e su quello delle relazioni con i musei. Infatti molti dei maggiori capolavori apparsi nelle aste degli ultimi otto anni sono apparsi nelle sale di importanti musei a livello internazionale. La situazione delle aste in Italia per far fronte alla crisi è cambiata molto in questi ultimi anni: la Christie's a partire dal 2013 ha avviato un nuovo e unico appuntamento all'anno con due aste (a fine aprile) di arte Contemporanea, Moderna e di Gioielli. Per andare incontro al mercato e alle esigenze dei collezionisti, le aste propongono sempre più vendite in trattativa privata e, per avere un contesto adatto alle esposizioni, gli uffici di Christie's si sono spostati in via definitiva da via dei Bossi a Palazzo Clerici, dove di solito si battono le aste. Le aste in Italia sono sette in tutto e nel 2011 hanno totalizzato 27.454.000 euro, pari al 17% delle vendite globali della *branch* italiana che ha, invece, fatturato l'83% all'estero. Andamento confermato nel primo semestre del 2012 con le uniche due aste battute di Arte Moderna e Contemporanea e di Dipinti Antichi (l'incanto di Gioielli è saltato a causa di un furto), che hanno venduto per 10.790.000 euro (17%) in Italia e per ben 52.680.588,2 milioni all'estero (83%). Da questi risultati si capisce che il mercato italiano si è ridotto come domanda d'acquisto, ma continua a dare grandi soddisfazioni come offerta. In pratica gli italiani dimostrano di essere molto attivi, più internazionali nel gusto e compratori soprattutto all'estero.

Molto importante per l'artista emergente risulta, mai come in questo periodo, il ruolo del gallerista che, come imprenditore, deve

piazzare l'opera al miglior offerente. Di fatto esistono due grandi categorie di galleristi: quelli che si occupano di promozione culturale e della ricerca di nuovi artisti, e quelli che lavorano solo con artisti le cui opere sono già storicizzate dal mercato. In termini economici, l'attività del mercante-imprenditore è l'unica che dovrebbe garantire sempre l'immediatezza dell'intermediazione. Questo significa che, laddove l'offerta di un'opera d'arte non incontri una domanda coerente in grado di soddisfarla, cioè laddove non esistano sul mercato le condizioni perché domanda e offerta si incontrino nel prezzo convenuto, la presenza del gallerista, cioè di un imprenditore dotato di liquidità e di un magazzino, dovrebbe garantire comunque che l'intermediazione avvenga. Il gallerista cercherà di comprare a un prezzo inferiore rispetto a quello richiesto dall'offerente nel tentativo di vendere, successivamente, a un prezzo superiore. Qualunque sfasatura temporale o distorsione tra il prezzo di vendita e quello di acquisto dovrebbe trovare la sua ragion d'essere nel margine di convenienza del mercante, sempre disposto a comprare e sostenere l'andamento generale delle intermediazioni. Va inoltre precisato che un limite alla crescita internazionale del mercato italiano è rappresentato da vincoli di tipo legislativo: il complesso normativo che disciplina l'esportazione delle opere d'arte dall'Italia all'estero, in vigore da più di cinquanta anni, è fondamentalmente costituito dal d.l. 22 gennaio 2004 n. 42, che recepisce il Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'art. 10 della l. 6 luglio 2002 n. 137. Si tratta di una legge che si rifà sostanzialmente alla normativa vigente dal 1939 (l. n. 1089, *Tutela delle cose di interesse artistico o storico*), in base alla quale, per esportare opere realizzate più di cinquanta anni fa, è necessario chiedere alla Soprintendenza alle Belle Arti una licenza di esportazione. Di fatto è questo un vincolo all'esportazione: esso si esprime nei termini di un controllo sulla opportunità o meno che determinate opere siano portate all'estero. Il principio ispiratore è la tutela del patrimonio artistico nazionale, tuttavia il sistema soffre in quanto la legge è nata in presenza di circostanze e problematiche attuali nel 1939, ma ormai obsolete. Lo Stato esercita così un controllo sulla libera circolazione delle opere e, laddove la licenza di esportazione venga negata, l'opera non potrà lasciare il territorio nazionale, di conseguenza potrà essere commercializzata solo in Italia. Limitare la commer-

cializzazione di un bene unicamente all'ambito interno, escludendo di fatto la possibilità che l'oggetto sia acquistato da compratori stranieri significa esercitare, indirettamente, un forzoso controllo sui prezzi: minore il numero dei potenziali acquirenti, più basso il prezzo di vendita finale. I prezzi non sono frutto dell'incontro fra la domanda e l'offerta sul mercato globale, ma unicamente espressione del mercato nazionale. Tale controllo interno ha un indotto negativo anche sui prezzi delle opere d'arte italiana vendute all'estero. Le opere migliori o più rare di alcuni artisti attivi nella prima metà del XX secolo sono tutte realizzate da più di cinquant'anni (si pensi, per esempio, a Giorgio Morandi, Giorgio De Chirico, Filippo De Pisis, ecc.); la massima parte di esse non può dunque essere venduta all'estero, salvo che si trovi già fuori dai confini nazionali. Ciò naturalmente determina un abbassamento dei prezzi e spiega il motivo per cui artisti italiani storicizzati, musealizzati e internazionalmente riconosciuti e apprezzati, abbiano quotazioni ancora inferiori rispetto ai loro equivalenti stranieri. A favorire il mercato dell'arte contemporanea, a differenza di quanto sostengono alcuni collezionisti italiani, sono anche le fiere d'arte contemporanea come *Artissima* di Torino, *Arte Fiera* di Bologna, *Miart* a Milano e altre meno note, ma che ugualmente incidono positivamente sull'andamento del mercato. Per capire se le fiere sono solo una bella vetrina o se servono a far girare le opere e muovere il mercato ho fatto un sondaggio intervistando delle gallerie espositrici ad *Arte Fiera 2013*. A rispondere sono cinque: *Galleria Bianconi*, *Galleria Antonio Battaglia*, *Galleria Atlantica*, *Giacomo Guidi*, *Progettoarte-elm*. Le gallerie, tutte prestigiose, hanno affermato che partecipare alla fiera è molto importante e utile per le relazioni intraprese con i privati e il pubblico. Il giovane Gallerista di Milano Antonio Battaglia ha detto di aver avuto successo ad *Arte Fiera* con lo stand nella sezione *Solo Show*, dedicato ad Armando Marrocco (1939), dove diversi collezionisti e galleristi hanno potuto notare con interesse una selezione di opere degli anni sessanta, un importante periodo storico dell'artista che molti non conoscevano. Tra le opere, *Intrecci*, monocromi che Marrocco aveva realizzato in pieno clima di *Arte Programmata* e *Cinetica*, giunto a Milano nel 1962, su incoraggiamento di Lucio Fontana.

Il gallerista Ernesto Gisondi, della Galleria Progettoarte-elm di Milano, riferisce di aver avuto contatti con nuovi collezionisti e di aver concluso con qualcuno ha concluso delle vendite.

La gallerista Renata Bianconi, della Galleria Bianconi di Milano, commenta: “ArteFiera catalizza un ampio pubblico di collezionisti seriamente intenzionati all’acquisto di opere d’arte. È dunque una fiera che ad una seria selezione curatoriale unisce risultati concreti. Personalmente non posso che dirmi soddisfatta anche in questo ambito, tutti e quattro gli artisti da me presentati in tale occasione, Niklas Goldbach, Luigi Presicce, Carlo Zauli, Michele Zaza, hanno ottenuto risultati concreti decisamente apprezzabili. A questo si è aggiunta la grande soddisfazione dell’acquisto da parte del fondo di *Bolognafiere* dell’opera di Luigi Presicce, *Atto unico sulla morte di cinque compianti*”.

Della sua stessa opinione è Paolo Rigon, Gallerista dell’Atlantica di Altavilla, che afferma: “i più ricercati sono i più famosi, tuttavia, in questa ultima edizione, ho proposto un solo-show di una giovanissima pittrice americana, Kaitlin McDonough... è piaciuta moltissimo”.

La Galleria Giacomo Guidi di Roma ha affermato di essere rimasta molto entusiasta e che le cose sembrano andare per il verso giusto. Insomma abbiamo un mercato a zig zag e a camminare bene senza correre sono solo le grandi gallerie che hanno una piazza già sotto controllo e monitorata da anni. Le giovani gallerie puntano sugli artisti stranieri perché non costano molto, hanno un buon curriculum e riescono a piazzarli bene in Italia. In questo caso il gallerista adotta la filosofia di Ralph Nelson Elliot, sostenendo che il mercato non registra gli eventi politici, economici e sociali, bensì le reazioni dell’uomo a questi eventi. Quindi più si è ottimisti e più si vende. Da Arte Fiera rileviamo un’ottima selezione di opere dei Maestri, alto dunque il livello qualitativo ma ancora pochi affari. Resta però un momento di grande business culturale per il territorio. Un ruolo importante per il mercato è la partecipazione da parte degli artisti alla Biennale di Venezia che quest’anno vedrà la direzione generale di Massimiliano Gioni, mentre il padiglione italiano verrà curato da Antonio Pietramarchi con la presenza di 14 artisti noti: Francesco Arena, Massimo Bertolini, Gianfranco Baruchello, Elisabetta Benassi, Flavio Favelli, Luca Vita, Luigi Ghirri, Sisly Xhafa, Piero Gidia,

Francesco Grilli, Marcello Maloberti, Fabio Mauri, Giulio Paolini e Marco Tirelli,⁷ esponente della Nuova Scuola Romana.

Il collezionista nel Terzo Millennio

Nel sistema si muove il collezionista, figura emblematica che affascina da sempre generazioni di studiosi d'arte, psicologi e sociologi. Quella forte passione e vorace desiderio di possedere dei pezzi unici può fare del collezionista un affarista speculatore proprio per quel suo forte desiderio di guadagnare, più pragmatico, dunque, e meno sentimentale. Quello stesso desiderio economico e speculativo proietta il collezionista verso un buon investimento, favorendo un'operazione simile a quella dei titoli quotati in borsa, con un vantaggio però, che le opere d'arte non sono tassabili. Le opere acquisite possono essere soggette alla vendita se si verifica un decesso, un debito o un divorzio. Alla morte di un collezionista potrebbe corrispondere anche la fine della collezione, intesa come entità dinamica che si arricchisce nel tempo di nuove opere, si perfeziona, si sfronda degli acquisti sbagliati o non coerenti con il corpus della raccolta. Finché è in vita, il collezionista si muove e opera in una sorta di simbiosi con la sua collezione che nel tempo modifica, definisce, depaupera o amplia, ma rimane comunque nel mercato come soggetto attivo. La morte, le necessità ereditarie, l'impossibilità obiettiva di frazionare le opere o di dividerle equamente, se non quando vengono monetizzate, sono il più delle volte la ragione principale per la quale si possono trovare nuove opere in vendita sul mercato. Un improvviso tracollo finanziario, una crisi sistemica che richieda un'immediata liquidità per perdite in altri comparti, debiti di varia natura possono essere un'altra frequente causa di dispersione di una collezione sul mercato. Spesso collegata alla precedente è infine la circostanza di un divorzio, solitamente caratterizzata da contenziosi tra coniugi separati o in procinto di separarsi. Un'altra causa di vendita, oltre a quelle che si sono individuate come le principali, è il gusto, che può essere anche kitsch, legato alle mode o alle tendenze del momento, in base al quale si è inclini a vendere per rinnovare la collezione.

L'artista che opera all'interno del sistema

Diverso è il ruolo dell'artista che opera all'interno del sistema, il quale si ritrova sempre più spesso ad affiancare alla capacità creativa e all'originalità del proprio lavoro delle specifiche competenze di tipo manageriale, legate a una corretta gestione economica e promozionale delle proprie opere, generando una vera e propria campagna di marketing.

Sempre più l'artista ha chiara la connessione funzionale tra il riconoscimento del valore artistico delle sue opere in termini assoluti e quello da parte del mercato; la sua attenzione è dunque molto orientata ai fatti di mercato o alla cura della propria esposizione mediatica. La vendita all'asta delle proprie opere da parte di un artista, cioè il passaggio dal "produttore" al "fruitore finale", è stato un fatto epocale che ha rappresentato un assottigliamento dei limiti tra le suddette classificazioni; per la prima volta il mercato privato primario si è trasformato in mercato pubblico secondario. Max Weber nel 1917 ci introdusse a uno studio sociologico legato al rapporto dell'artista nella società e ne analizzò i diversi aspetti come, per esempio, la figura dell'artista, che già dalla metà dell'Ottocento dimostrava di essere anche imprenditore di sé stesso e dei suoi prodotti culturali.

Oggi vengono studiati meglio i passaggi intermedi tra artista-mercato, costituiti dalla galleria o dal primo acquirente; l'asta viene riconosciuta come la modalità di vendita più accreditabile perché pubblica e, infine, al collezionista è riconosciuto un potere enorme, laddove in precedenza il suo raggio operativo di scelta sembrava sempre condizionato da una serie di passaggi intermedi curati dal gallerista, dal consulente-consigliere e così via. Non sempre è necessario essere bravi per vincere dei premi o conquistare il mercato perché spesso basta avere abbastanza soldi, un buon critico e il gioco è fatto. Per tutto il terzo millennio Damien Hirst continuerà a stare sulla cresta dell'onda perché è geniale nel curare il suo marketing. Cessata la carica ideologica di movimenti come l'Arte Povera, la Land Art, il Minimalismo, gli artisti contemporanei si sono trovati alle prese con un mondo privo di coordinate, un vasto serbatoio di esperienze e informazioni illimitate dove la novità e l'opera rivolu-

zionaria faticano a nascere. La diffusione di massa di Internet ha influenzato profondamente il pensiero e il comportamento delle nuove generazioni. Si tratta di una rivoluzione antropologica che preconizza nuove modalità cognitive. Gli artisti tuttavia non sono rimasti insensibili a questi cambiamenti. Basti pensare all'introduzione nell'ambito della pittura delle tecniche digitali, ma anche al modo di reperire le fonti iconografiche e le informazioni. Quanti pittori usano oggi la ricerca per immagini di Google per cercare idee e spunti iconografici? Quanti progettano un'opera con programmi come Photoshop e Illustrator? Eppure il "nuovo" non coincide necessariamente con l'impiego di nuovi strumenti tecnici. Un aspetto da non sottovalutare, in questo mutato scenario, è lo sviluppo di un sistema culturale globale, capace di generare immagini largamente condivisibili. Il terreno su cui si muove la nuova arte è "globale" in molti sensi. L'artista del terzo millennio non può più isolarsi in un mondo di pura soggettività, ignorando il rigoglioso germoglio d'immagini provenienti da ogni parte, dalla pubblicità alla computer grafica, dal design al fumetto, dalla cronaca al cinema realistico o d'animazione. Per lasciare traccia di sé è indispensabile lavorare usando creatività e soprattutto innovazione senza ovviamente dimenticare la tradizione.⁸

CARMELITA BRUNETTI - Critico d'arte, giornalista e curatrice, collabora con diverse testate. È direttrice responsabile della rivista *Arte Contemporanea News* dal 2010 e docente presso l'Accademia di Belle Arti di Cosenza. Tra le sue numerose pubblicazioni in ambito contemporaneo segnaliamo: (con Luigi Amato), *Il monrealese Pietro Novelli. Analisi estetica e iconografica*, Verbavolant, Siracusa 2006; *Paolo Echaurren. I wanna be sedated*, Marrone Editore, Siracusa 2007. Tra le mostre che ha curato: la rassegna internazionale di Arte Visiva, *Il Sonno Della Ragione Genera Mostri*, al Landesmuseum di Hannover, all'interno del III Festival di Filosofia nel 2011. Nel 2014 curerà una nuova rassegna di arte visiva dal tema *La giustizia*, all'interno del IV Festival della Filosofia.

NOTE

- ¹ O. Wilde, *Aforismi*, a cura di R. Reim, Newton Compton, Roma 2011, p. 1944.
- ² A. Carandini, *Una strategia per la cultura*, "Il Sole-24 Ore", 10 febbraio 2013, p. 31.
- ³ Molti possessori di mutui *subprime* divennero insolventi a causa del rialzo dei tassi di interesse. Questa crisi iniziata intorno alla metà del 2006 negli Stati Uniti è compatibile con le teorie del "credit boom and busts" e delle asimmetrie informative.
- ⁵ Si veda: www.artexchange.me.
- ⁶ Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*, Prentice-Hall International, London 1976.
- ⁷ Conferenza stampa tenuta a Roma il 13 marzo alla Biblioteca Nazionale.
- ⁸ G. Bernoni, *Mutevoli profezie estetiche. 3 domande x 10 critici*, intervista a C. Brunetti, "Insideart", gennaio 2011, p. 26.