

**(mini)GLOSSARIO (a cura di Giorgio Bertani)**

Allegato al:

Foglio di lavoro per approfondimenti  
sull'Arte e sul Mercato dell'Arte  
ad uso delle classi quinte  
del liceo scientifico di Castelnovo ne' Monti  
nell'a.s. 2006-2007  
(prof. Giorgio Bertani)



## DEFINIZIONI

Aste

Le vendite all'asta vengono considerate comunemente come i principali punti di riferimento per definire le quotazioni delle opere d'arte. Che cosa c'è, infatti, di apparentemente più oggettivo della determinazione del valore economico attraverso il libero gioco della domanda e dell'offerta pubbliche? I cataloghi d'arte contemporanea delle case d'asta più prestigiose (Sotheby's e Christie's con sedi in tutto il mondo, l'Hotel Druot a Parigi, la Finante a Milano e a Roma) vengono consultati, analizzati e i prezzi battuti vengono ripresi e pubblicati dalle riviste specializzate e nei cataloghi annuali di quotazione degli artisti. Ma le cose non sono così chiare come appaiono. I prezzi d'asta sono senza dubbio indicatori molto significativi e danno effettivamente un'idea dell'andamento del mercato, ma sono significativi soprattutto nel senso che riflettono la logica delle strategie mercantili caratterizzate da manovre speculative, da tattiche di sostegno delle quotazioni di questo o quell'artista.

Critico d'arte

Il ruolo dei C.d.A. nel sistema dell'arte contemporanea è tanto essenziale quanto ambiguo. Essenziale perché, nei casi migliori (come teorico studioso e come critico militante, organizzatore di nuove situazioni e raggruppamenti), il critico contribuisce creativamente alla ricerca operativa degli artisti e alla loro affermazione culturale. Ambiguo perché, molto spesso, la sua funzione si riduce praticamente a operazioni di "promozione" scritta e organizzativa di fatti mercantili.

Direttori di musei

I D. di M. d'arte contemporanea e di spazi espositivi pubblici, svolgono un ruolo chiave nell'ambito dell'odierno sistema dell'arte. Non solo dal punto di vista culturale, per quello che riguarda la conservazione e l'arricchimento delle collezioni pubbliche e per la valorizzazione e "consacrazione" dell'opera dei migliori artisti attraverso le mostre e i cataloghi da loro curati, ma anche indirettamente o direttamente dal punto di vista mercantile. In effetti, le loro scelte dovrebbero essere sempre indipendenti, al di sopra dei giochi di mercato, ma molto spesso sono condizionate da pressioni mercantili e da legami con importanti galleristi e collezionisti. In altri termini, il direttore di un museo è spesso uno dei protagonisti di una strategia di promozione e valorizzazione di un certo tipo di tendenze e artisti, in stretta connessione con mercanti, critici e collezionisti. I risultati possono essere positivi o negativi dal punto di vista culturale a seconda del livello qualitativo delle scelte.

Mercato

Il M. dell'arte contemporanea è oggi un sistema complesso, articolato a vari livelli (internazionale, nazionale, locale) e

strutturato attorno al “nodo” centrale costituito dal sistema delle gallerie d’arte private, che rappresentano, dal punto di vista sociologico, il circuito di produzione, diffusione, promozione e vendita della merce “opera d’arte”. Protagonisti del M., con funzioni diverse e interconnesse sono naturalmente gli artisti (produttori degli oggetti artistici in quanto tali), i mercanti e i galleristi (che lavorano alla trasformazione del valore artistico in valore economico), gli storici e i critici d’arte (la cui funzione è quella dell’analisi e della valorizzazione dei prodotti sul piano qualitativo, ma anche della promozione pubblicitaria degli stessi), i responsabili dei musei, anche essi quasi sempre critici (che operano sul piano della legittimazione delle opere e consacrazione ai livelli più alti delle opere, incidendo non poco sulla definizione mercantile dei lavori). E infine, i collezionisti, che svolgono la funzione essenziale di confermare la fortuna mercantile degli artisti con i loro acquisti, e di difendere le quotazioni delle opere acquistate. Strutture essenziali del M. sono oggi anche le case d’asta, che rappresentano i luoghi di maggior concentrazione di vendite e, come tali, possono condizionare fortemente il quadro complessivo delle quotazioni degli artisti. Da una prospettiva sociologica, si può dire che gli artisti non sono gli unici produttori delle opere d’arte: queste, infatti, in quanto portatrici di valore economico e culturale, sono frutto del lavoro complessivo di tutti gli attori del M.

La struttura moderna del M. dell’arte contemporanea si definisce verso la fine del secolo scorso in Francia: è lì infatti che nasce e si radica il nuovo sistema di distribuzione artistica fondato sulle gallerie private e opposto al sistema precedente incentrato soprattutto sui Salon ufficiali. Si può dire che Paul Durand-Ruel sia stato il primo mercante a imporre un tipo di organizzazione fondata sulla libera iniziativa privata: dal 1870 infatti, egli incomincia ad appoggiare il lavoro degli impressionisti, contribuendo in modo fondamentale al loro successo internazionale.

### Musei d’arte contemporanea

Nel sistema complessivo dell’arte contemporanea, i musei hanno assunto un’importanza cruciale non solo come luoghi di conservazione e “sacralizzazione” di valori già definitivamente acquisiti dalla storia dell’arte, ma anche sempre più, a partire dagli anni sessanta, come strutture di valorizzazione e legittimazione delle opere di artisti e tendenze di affermazione recente (che si affermano appunto anche grazie alle grandi mostre tenute nei musei). In ogni caso, l’importanza e il prestigio di un M. di A. C. dipendono dal livello qualitativo e dall’ampiezza delle sue collezioni permanenti, oltre che dall’abbondanza di fondi disponibili per gli acquisti e la realizzazione di mostre temporanee. Rispetto agli U.S.A., alla Germania e alla Francia, la situazione dei M. di A. C. in Italia è molto più critica.

### Sistema dell’arte

Questa definizione, proposta dal critico Achille Bonito Oliva, indica in generale il complesso e articolato circuito di produzione, diffusione, promozione e vendita delle opere d’arte, i cui protagonisti sono, ciascuno con ruoli specifici, artisti, mercanti, collezionisti, critici e direttori di musei, vale a dire tutti coloro che contribuiscono, sia sul piano economico, sia su quello culturale, all’esistenza e allo sviluppo dell’arte contemporanea.

(tratto da: Corgnati, M., Poli, F., *Dizionario d’arte contemporanea*, Milano, Feltrinelli, 1994)

## QUESTIONI

### Artista e mercato

E’ certamente vero che gli artisti d’avanguardia sono sempre stati interessati a vendere i loro lavori e perciò consci dell’importanza fondamentale delle strutture del mercato, ma bisogna precisare in che senso. Il loro interesse era quello di imporre una produzione artistica radicalmente nuova, che come tale veniva rifiutata e boicottata dalle strutture dominanti del mercato ufficiale. Essi erano dunque contro quel mercato, rifiutando ogni compromesso. L’unica soluzione era quella di un mercato alternativo, completamente nuovo, come quello che incomincia a prendere forma in Francia negli ultimi decenni del secolo scorso, con la nascita e lo sviluppo da un lato delle esposizioni indipendenti, organizzate dagli artisti, e dall’altro di un nuovo tipo di gallerie private, caratterizzate da un’inedita dinamicità nella strategia commerciale e promozionale. E dunque si può dire che gli artisti innovatori non hanno fatto le loro opere per il mercato, ma piuttosto hanno contribuito (insieme a pochi mercanti, collezionisti e critici) ad inventare un mercato per le loro opere.

## Gli artisti

La situazione paradossale dell'artista contemporaneo è che, da un lato, la sua figura viene per molti versi mitizzata, in funzione dell'ideologia dominante, in quanto simbolo e paradigma del valore "assoluto" della libera creatività individuale (da intendersi come l'espressione più alta e sublimata del principio di libera scelta, fondamento della nostra società basata sulla libera impresa e sulla democrazia formale), ma, dall'altro, per poter emergere, affermarsi ed essere riconosciuto a livello socioculturale ed economico, deve accettare, in misura più o meno pesante, di adeguare la sua produzione ai condizionamenti "normalizzanti" del sistema, con effetti indubbiamente alienanti.

In che modo queste manovre riguardano gli artisti? In primo luogo, per ambire ad essere rappresentati da un mercante o da una galleria, che è il principale mezzo attraverso cui gli artisti possono arrivare alla fama, al riconoscimento e a una mobilità nel mondo dell'arte, gli artisti sono costretti a impegnarsi in una varietà di comportamenti strategici per massimizzare a proprio vantaggio il processo di selezione che coinvolge migliaia di altri artisti, di talento più o meno simile e altrettanto competitivi. Gli artisti devono vendere la loro immagine, attraverso la messa in scena di una propria particolare sensibilità e altre forme di comportamenti sociali idiosincratici oltre che fare affidamento sulle effettive qualità artistiche del proprio lavoro. Quando gli artisti si orientano verso il mercato dell'arte e mirano a soddisfare le aspettative dei galleristi, e ad essere in linea con le loro tassonomie estetiche, si trasformano in prodotti e merci allo scopo di riuscire a ottenere quello che io chiamo un "brand name". In questo processo, essi creano ed entrano in un gioco che ha un effetto di profonda alienazione su se stessi.

(Rosenblum, B., *Artists, Alienation and Market*, in AA.VV., *Sociologie de l'art*, Paris, 1986)

## Collezionismo

Dal punto di vista della diffusione sociale e della fruizione dei suoi valori, l'arte figurativa si caratterizza, per molti versi, in modo diverso rispetto alle altre forme di espressione artistica come la letteratura, la musica, o il cinema. Per l'arte figurativa sembra che il valore autentico del messaggio estetico debba essere indissolubilmente legato al supporto materiale "originale", cioè quello elaborato direttamente dalle mani dell'artista. Di conseguenza, la visione mediata attraverso riproduzioni in libri e riviste d'arte, o attraverso Cdrom, viene considerata come un sostituto parziale e come strumento di formazione culturale, mentre la vera fruizione può avvenire soltanto in modo diretto.

Dunque si può dire che esistano tre livelli di fruizione dell'arte: quello indiretto attraverso le riproduzioni; quello "dal vero" del vasto pubblico delle grandi mostre e del pubblico più ristretto dei frequentatori di gallerie, e, infine, quello rafforzato dalla proprietà privata delle opere, che ne enfatizza il carattere di unicità e rarità.

Nell'ambito del sistema dell'arte contemporanea, la fruizione puramente estetica (mediata o diretta), intesa come forma di consumo culturale da parte del vasto pubblico, ha ovviamente una grande importanza (anche economica, perché è alla base di un mercato allargato di produzione di grandi mostre e di una editoria specializzata), ma ciò che conta in primo luogo è l'interesse per l'arte che trova la sua effettiva soddisfazione solo nel possesso degli oggetti artistici. Dunque, in questo senso, il "vero" pubblico, specificamente organico alla struttura e al funzionamento del sistema, tende a coincidere con la nozione di clientela e più precisamente con la categoria dei collezionisti.

(tratto da: Poli, F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Bari, Laterza, 1999)

## CITAZIONI

Ma qui – questo è interessante – credo che in fondo si facesse strada lo stesso desiderio, lo stesso bisogno che mi ha spinto poi a diventare mercante d'arte: la coscienza di essere non un creatore, ma piuttosto, come dire?, un intermediario, in un senso relativamente nobile, se vogliamo, non essendo capace di comporre. Ho ritrovato in seguito nella pittura una possibilità di aiutare quelli che considero grandi artisti, di essere intermediario tra loro e il pubblico, di aprire loro la strada e di evitare loro i problemi materiali. Se il mestiere di mercante ha una giustificazione morale, non può essere che questa.

(Kahnweiler, D. H., *Le mie gallerie e i miei artisti*, Milano, Politi, 1991)

Dico spesso che Pollock è un nostro "figlio spirituale". Il critico d'arte Clement Greenberg si schierò dalla sua parte, considerandolo il più grande pittore dell'epoca. Alfred Barr acquistò *La lupa*, una delle migliori tele della mostra, per il Museum of Modern Art. In seguito il dottor Morley portò la mostra al Museo di San Francisco e acquistò *I guardiani del segreto*. Non vendevamo molti quadri di Pollock, ma le tempere erano facili da piazzare. Ne offrii molte come regalo di nozze ai miei amici. Facevo ogni sforzo per suscitare l'interesse del pubblico e non mi risparmiavo neppure quando si trattava di trasportare dappertutto le sue immense tele. Un giorno la signora Harry Winston, una ricca collezionista di Detroit, venne in galleria per acquistare un Masson. Io la convinsi invece a comperare un Pollock.

Nel 1945 il collezionista Bill Davis, anche lui appassionato sostenitore di Pollock, mi consigliò di modificare i termini del contratto,

dandogli trecento dollari a settimana in cambio di tutta la sua produzione.

(Guggenheim, P., *Confessions of an art addict*, New York, 1960)

Matisse, che in quell'anno era membro della giuria del Salon d'Automne, incontrò Vauxcelles nel settembre 1908 e gli raccontò che Braque aveva inviato al *salon* autunnale dipinti "avec des petit cubes". Per descriverli disegnò su un pezzo di carta due linee ascendenti che si toccavano l'un l'altra alla loro sommità e tra di esse alcuni cubi. Si trattava dei paesaggi all'Estaque di Braque, risalenti alla primavera dello stesso anno. Con la sensibilità propria di simili corporazioni, la giuria rifiutò due dei cinque dipinti inviati, motivo per cui Braque ritirò tutti i cinque quadri. La giuria li rifiutò, tuttavia due pittori, membri di questa corporazione, Albert Marquet e Charles Guérin, "ripescarono" entrambi un dipinto, vale a dire, utilizzarono il loro diritto di scegliere ciascuno un quadro che potesse venire esposto. Braque ritirò ugualmente tutti i quadri, sebbene gli statuti del Salon d'Automne lo vietassero. Esposi questi quadri, assieme ad altri ventuno, nella mia piccola galleria in rue Vignon 28, dal 9 al 28 novembre 1908. Guillaume Apollinaire scrisse l'introduzione del catalogo. Nella recensione a quella esposizione (nel "Gil Blas" del 14 novembre 1908), Louis Vauxcelles utilizzò per la prima volta la parola "cube". Scrisse: "Braque peint des petit cubes".

(Kahnweiler, D. H., *La via al cubismo*, Milano, Mimesis, 2001)