

NON è facile dare una risposta chiara e non di parte a chi domanda (e a me spesso lo domandano) quali sono in realtà, oggi, i rapporti fra la critica e il mercato dell'arte, soprattutto dell'arte moderna. Non è facile rispondere a chi vuol sapere se esista una corrispondenza fra i valori venali e i valori estetici; se vi sia, in altre parole, un'origine e una legittimazione culturale alla base dei primi, o se invece il mercato, indifferente e dominatore, segua solo le proprie leggi con risultati ai quali la critica, anzi, si piega ossequiente, e nel rispetto dei quali si comporta.

Forse, posta in termini così generici, quella domanda - che alla fine tende a conoscere quale sia, oggi, il potere della critica - non troverà mai una risposta soddisfacente. E' necessario condurla su di un terreno di più concreta attualità, dove i due termini, critica e mercato, trovino una loro più precisa individuazione; ma anche su di un terreno più vasto, perché nel mercato odierno dell'arte può ravvisarsi uno dei modi in cui si manifestano esplicitamente i comportamenti, e anche le nevrosi, di una classe egemone molto estesa. Si dovrà intanto cominciare osservando che se un luogo di reciproco confronto fra critica e mercato (se si vuole, fra qualità e costi) dovrebbe essere soprattutto quello dei «valori», intesi nel senso più alto, e naturalmente più motivato, la critica d'arte che si prefigga, come obiettivo ultimo, il riconoscimento della qualità poetica, l'individuazione della personalità e della portata storica di un'opera e di un artista, del suo «valore» insomma; che si proponga cioè di «distinguere» e di esprimere un giudizio che sia insieme definente e qualitativo, non si può dire sia oggi un tipo di critica molto seguito.

Ed è già una ragione che condiziona notevolmente la domanda da cui sono partito. Perché, soprattutto a cominciare dagli anni della voga strutturalista in qua, molte nuove e affascinanti prospettive hanno distratto la critica da quel suo antico compito istituzionale, del resto così spesso mal atteso, e hanno portato le indagini in campi che sembravano più promettenti ma ove aveva molto poco senso, per non dire alcuno, il giudizio di «valore». Il che vuol dire, per restare alla nostra domanda, che se il mercato dell'arte, come ogni mercato, pur cambiando col cambiare della società che lo alimenta, resta sempre guidato da alcune leggi precise e costanti, connaturate alla sua stessa esistenza - come la legge immutabile della domanda e dell'offerta -, le leggi che governano oggi la critica non sono così univoche e si distinguono piuttosto per la loro varietà, per il loro policentrismo. E anche se da molti segni mi sembra che in qualche modo, e per vie diverse, si senta la necessità di ritornare al giudizio di «valore», la traccia di un rapporto, in quel senso, fra critica e mercato mi sembra smarrita.

Basta guardare un catalogo

Smarrita ma, c'è da augurarsi, non irrecuperabile. Non credo davvero, però, che quel recupero sia possibile nella congiuntura attuale, in cui una delle due parti, il mercato, è tanto più forte. Per la sua enorme e progressiva espansione, per il fatto di muovere capitali così considerevoli, come mai nella sua storia, e soprattutto anche capitali di origine e di natura indeterminabile (cioè estranei all'interesse per l'arte), per il fatto di aver superato non solo l'antico rapporto, squisitamente personale, fra committente e artista, ma anche quello fra collezionista e mercante, e per il fatto di esprimersi soprattutto in quella sorta di «stock exchange» che sono le grandi vendite pubbliche internazionali o le fiere, il mercato ha raggiunto un tale esteso potere che lo rende più che mai legato alle sue leggi, più che mai autonomo e indipendente.

Nelle sue austere cattedrali di quel potere, di Londra, di New York, di Parigi - le quali, come è logico, visto il tipo di «devoti» che le frequentano, assomigliano più

Esiste un rapporto tra il valore di mercato di un'opera d'arte e il valore che gli attribuisce la critica? La risposta non è facile anche perché in omaggio al denaro accadono le cose più incredibili

Il giudizio di Brigitte

di GIULIANO BRIGANTI

a banche o a saloni dell'automobile e della motonautica che non a gallerie d'arte, e i cui sacerdoti tentano appena di far passare per cultura o per sensibilità artistica e storica la loro snobistica attenzione al *pedigree* e la loro arroganza - la critica d'arte ha una funzione esclusivamente ausiliaria.

Mi sembra chiaro che nessun rapporto personale sia possibile, nessun tentativo di imporre un gusto, di suggerire una scelta, di correggere un determinato andamento. Conoscitori, filologi, critici, sono chiamati se mai a garantire l'autenticità delle opere, a intervistare gli artisti, a scriverne monografie, a curarne mostre, a prefare cataloghi o a svolgere ruoli da ufficio pubblicitario. La critica come copertura, insomma; e una copertura della quale si può fare anche a meno. Qualcuno dirà che esagero: ma al top del mondo internazionale dell'arte moderna, al vertice del mercato, credo che la situazione sia proprio questa.

Nessun potere alla critica, dunque? E' questa la risposta? Credo di sì. Anche se indubbiamente è stata quasi sempre la critica - la buona critica - ad aprire la strada alle maggiori e più legittime fortune dell'arte moderna in questo secolo, e anche a molte delle più recenti. Quasi sempre, ma non sempre, perché molte sono le fortune immeritate. Ma anche nei casi in cui la critica ha manifestato il suo potere, il mercato ha preso molto presto il sopravvento con i suoi «valori», che hanno finito col prescindere dai valori artistici che la buona critica gli aveva indicato. Perché il mercato, mi pare evidente, non va troppo per il sottile: ha bisogno di una sceneggiatura generica, di un canovaccio dal quale partire, poi recita a soggetto.

Prendiamo, per esempio, sia pur semplificandolo sino all'estremo limite, un caso ben noto e scontato, ma tipico di questo processo: il caso della fortuna degli Impressionisti. All'origine, naturalmente, c'è stato il lungo lavoro di rivalutazione della critica, che ha preso sempre maggiore coscienza di una grandezza, di un valore che la società contemporanea aveva disconosciuto; ma la loro giusta valutazione sul piano economico è cominciata molto più tardi.

Si può dire che è cominciata quando un grande e geniale mercante come Georges Wildenstein, nell'ambito del mercato dell'ultimo immediato dopoguerra (che era un mercato sostanzialmente diverso, molto diverso, da quello di oggi), rendendosi conto che le riserve dei capolavori acquistabili della grande pittura del Rinascimento (in senso berensoniano) e del grande Settecento francese e inglese, che rispondevano ancora al gusto della clientela di Duveen, rischiavano di esaurirsi, e intuendo altresì che il mercato si sarebbe allargato, capi che era necessario attirare l'interesse dei ricchi clienti americani su qualcosa di diverso: e puntò sugli Impressionisti.

E sin qui siamo nella regola di un giusto rapporto di valori. Era infatti un'operazione non solo intelligente, ma che nasceva proprio dalla volontà di portare a

giusti (cioè alti) livelli di mercato una grandissima pittura non ancora, in quel senso, sufficientemente valutata.

Ma, col tempo, il mercato si è impadronito di quella spinta positiva e l'ha condotta alle estreme conseguenze giocando al rialzo: con il risultato che persino il termine «Impressionismo» ha assunto nel mondo mercantile un significato indubbiamente più esteso e quindi diverso da quello che gli compete nel mondo della storia dell'arte. Basta guardare uno dei tanti cataloghi di Christie o di Sotheby intitolati *Impressionist and modern painters*, nei quali molte volte di Impressionisti veri e propri non ce ne è nemmeno uno, o sono presenti con qualche opera di scarto o di minima importanza che raggiunge sempre, però, prezzi che in una scala di valori reali non troverebbero corrispondenza.

Solo un bene di rifugio

Non solo, ma quanti «Impressionisti»! Ecco la voga, oggi in piena espansione, degli Impressionisti inglesi, scozzesi, americani; artisti molti dei quali sino a pochi anni fa erano sì e no conosciuti dagli specialisti locali e si potevano comprare a pochi soldi e che oggi invece raggiungono quotazioni strabilianti. Non voglio dire che, fra le opere di quegli artisti, non vi sia anche della buona pittura, qualche caso di grande finezza e in generale una piacevolezza indubbia. Rivalutarli è operazione più che legittima (ma nei suoi limiti): quello che va notato però è che la loro recente fortuna è opera del mercato, non della critica.

Il mercato che, come ho detto, ha le sue leggi e che oggi, in un tempo cioè in cui la richiesta supera l'offerta, diventa onnivoro. E registra, di conseguenza, casi in cui la rivalutazione è tutt'altro che legittima. Il caso dei cosiddetti «Pompieri», per esempio, o, in genere, della più stupida e leziosa pittura accademica dell'Ottocento e del primo Novecento, o il caso di certa pittura contemporanea di gusto analogo.

Sono pienamente consapevoli che l'Ottocento non è solo Impressionismo. A ben pensarci anche questa visione esclusiva ha avuto, sino a poco tempo fa, la sua legittimazione proprio dall'atmosfera filo-impressionista creata dal mercato. Personalmente ho sempre sostenuto che in quel ricchissimo e straordinario secolo ci sono altri valori, anche nella pittura definita genericamente come accademica. Non esiste solo la linea Delacroix, Courbet, Impressionisti: credo non ci sia più nessuno che non lo sappia. Ma l'atteggiamento onnivoro del mercato obbedisce a leggi diverse da quelle della cultura, da quelle che guidano cioè la buona critica nell'esplorazione di ciò che era stato in precedenza trascurato, nella ricerca di Nuovi Valori nell'Ottocento e nel Novecento. Non fa distinzioni; e se distingue, distingue secondo suoi criteri.

A Parigi, nel secolo scorso, c'era un mercante come Goupil, che forniva alla ricca borghesia artisticamente incolta del Secondo Impero e della Terza Repubblica quella pittura che era fatta per lei e che lei, sola, era gradita: la pittura dei vincitori di medaglie ai Salons, degli artisti di mondanissimo successo, degli accademici, degli orientalisti, dei classicisti, dei pittori di genere. E c'era un mercante intelligente e coraggioso come Durand-Ruel che cercava invece, e con grande fatica, di creare un mercato agli Impressionisti. Con gli insuccessi che tutti sanno. Due mercati, due mondi diversi.

Oggi il mercato è uno solo e non fa distinzioni; non corre avventure per amore della pittura,

come Durand-Ruel, né, del resto, saprebbe dove correrle. Perché? E' troppo facile rispondere: perché al collezionismo, al piacere di raccogliere opere secondo il proprio gusto o aderendo al gusto del mercato (fosse, quel gusto, buono o cattivo) si è sostituito il movente dell'investimento, la considerazione dell'opera d'arte come bene di rifugio. Concetto che va perfettamente d'accordo con quello, di origine politica, che considera il patrimonio artistico nazionale come un «giacimento» da sfruttare. In mancanza di petrolio.

E la critica, allora? E' chiaro, va per le sue strade, ora luminose ora oscure: ma se entra nel «Palazzo degli affari» la sua incidenza sul mercato, sulle sue scelte, sui suoi valori, è solo apparente; in realtà è quasi nulla. Deve assistere, impotente, a spettacoli deprimenti come (per restare ai registri più bassi) la recente riesumazione di Bernard Buffet, cioè di un pittore sinistramente inutile che, dopo un breve successo mondano negli anni Sessanta, dovuto a Brigitte Bardot e a Françoise Sagan, era giustamente caduto nel baratro dell'oblio.

Per concludere: un'ennesima Piazza d'Italia di De Chirico (la cinquantesima? la settantesima?), o un suo replicatissimo *Trovatore* degli anni più stanchi valgono oggi intorno ai cento milioni. Cento milioni sono pochi, molto pochi in un mercato dove si parla soprattutto di miliardi; sono molto pochi anche nei confronti delle altissime (e giuste) quotazioni di un bel De Chirico degli anni felici. Ma sono sempre cento milioni: una cifra assolutamente sproporzionata per un'opera il cui valore artistico è vicinissimo allo zero. Ebbene, non c'è oggi critico che, per quanto autorevole, sia in grado di far valere, in casi come questo (e sono tanti), la legge dei «valori». Il mercato ha le sue leggi e fra critica e mercato non esiste più, oggi, alcun reale rapporto di scambio.

Centinaia di articoli e notizie e quattro «speciali»
Chi ha inventato il cubismo: Braque o Picasso?
Il Giornale dell'Antiquariato (8 pagine!)
Ma che succede in Spagna?
Il Giornale dell'Economia (32 pagine!)

Settembre in edicola:
doppio, 112 pagine!
UMBERTO ALLEMANDI & C.



Anton Čechov Vita attraverso le lettere

L'amico, il fratello, il medico, l'innamorato,
il viaggiatore, lo scrittore.

Un percorso nella vita di Čechov
tracciato da Natalia Ginzburg.

Traduzione di Gigliola Venturi e Clara Coisson.

«Gli struzzi», pp. LIV-323 con 24 illustrazioni fuori testo,
L. 18 000

Einaudi

Karajan: un Mito tra affari e talento

È in edicola
il numero
di settembre
EDT E
ALLEMANDI & C.
EDITORI



per la pubblicità su
la Repubblica

A. MANZONI & C

Ibiskos Editrice

pubblica libri anche di nuovi autori
(poesia - narrativa - saggistica).
Per informazioni rivolgersi a:
"IBISKOS EDITRICE" via Campania 13
- 50053 Empoli (FI) - Tel. 0571/591791
oppure 0571/79443 (ore 12-17)