

Parlare di crolli è inesatto anche se la situazione è critica

Non per soldi ma per amore

di GIULIANO BRIGANTI

Giorgio de Chirico che coltivava con grazia la sua propensione per l'umorismo nero e conosceva molto bene le debolezze nascoste dell'animo umano (e le peggiori, naturalmente) diceva che quando percorrendo un'autostrada si scorge in lontananza un gruppo di persone intorno a due macchine messe per traverso e l'auto della polizia con gli agenti che prendono misure, se, avvicinandosi, non si vede almeno un morto sull'asfalto si può essere gli uomini più miti di questo mondo ma il primo istintivo sentimento è quello della delusione. Inconfessata, naturalmente, repressa, censurata. Ma l'attimo di delusione c'è stato. Non so se sia sempre così, ma è certo che esiste un gusto sadico che è attirato dalle catastrofi, viste, sia ben chiaro, da una posizione di sicurezza. Dopo tutto è il principio fondamentale della poetica del Sublime. Ed è proprio per appagare quel gusto che si cercano sempre nuovi soggetti di catastrofe da dare in pasto al pubblico, tanto che ora è venuto il momento anche per il mercato dell'arte. Il quale, a leggere certi titoli di giornali, sarebbe rovinosamente crolla-

to, distrutto, estinto o poco meno.

Cosa c'è di vero in tutto questo? Tra i settori che risentono pesantemente dell'attuale recessione c'è anche, come è naturale, il mercato dell'arte; né vedo come potrebbe essere altrimenti se si pensa che, per la sua stessa natura, è un mercato che più di ogni altro fiorisce e si espande nei momenti in cui il denaro ha maggiore e più facile corso. Che non è certo il momento attuale. Ma parlare di crollo è del tutto inesatto. Sono abbastanza vecchio per ricordare cosa accadde quando giunsero in Italia i primi effetti della grande crisi del '29 che da noi si protrassero per tutta la prima metà degli anni Trenta: ero soltanto un ragazzino che leggeva Salgari ma la mia famiglia di quella crisi risentì pesantemente gli effetti e ho una memoria abbastanza lucida del come crollasse, allora sì, tutto un settore, il più vecchio per mentalità e cultura, del mercato antiquario, mercato che rappresentava in quegli anni la parte economicamente più cospicua del mercato artistico; del come cadessero i prezzi vista l'estrema rarità della domanda, di come fosse quindi facile trovare «sulla

piazza» importanti opere in vendita e a prezzi appetibili tanto che i pochissimi che disponevano di denaro liquido e di fiducia nell'avvenire potevano fare, come in effetti fecero, ottimi affari.

Non mi pare che si stia verificando ora qualcosa del genere. Se per un mercante oggi è difficile vendere è quasi altrettanto difficile comprare perché i prezzi delle opere, voglio dire delle opere dotate di un «reale» valore, non sono affatto caduti. Le recentissime vendite all'asta d'arte antica inglesi e americane hanno dimostrato come opere veramente importanti e di grande qualità abbiano mantenuto valori molto alti: si veda per esempio il Tiziano acquistato dal museo Getty per circa 17 miliardi o lo straordinario Bellotto con la veduta del castello di Koenigstein che è stato acquistato, grazie alla sua eccezionale qualità, per quasi sette miliardi, prezzo mai raggiunto prima d'ora da un dipinto del maestro veneziano. E potrei fare altri esempi.

Va detto però che in moltissime vendite all'asta il numero delle opere invendute è molto alto, che gallerie e negozi
(Continua in IV di Cultura)

(Segue dalla I di Cultura)
d'antiquariato di alto e di medio livello soprattutto in Inghilterra e in America languono nell'inazione come navi strette dalla morsa del ghiaccio. Sebbene, a quanto mi dicono, si avverta qualche lieve segnale di disgelo, la situazione è indubbiamente critica e il momento è assai difficile come del resto per moltissimi altri settori finanziari. Ma non è il caso, ripeto, di parlare di crollo in termini così drammatici come oggi si usa. Si può parlare se mai di ridimensionamento sul metro della qualità e dell'importanza delle opere, il che dopo tutto è un fatto sostanzialmente positivo.

In che senso deve intendersi questo ridimensionamento e perché lo ritengo positivo? Ogni mercato ha caratteristiche proprie e il mercato dell'arte ha evidentemente le sue, e particolarissime. Le quali sono correlate anche al modo di pensare e al comportamento dei principali protagonisti coinvolgendo così riflessi psicologici. Si sa come sono, i mercanti d'arte: amano pensare in grande e sono spesso visitati dal demone rischioso

della megalomania. Avvezzi a frequentare, per il loro lavoro, finanziari, magnati, industriali, avventurieri, uomini di potere e di denaro, costruiscono la loro immagine su quei modelli, vivono da gran signori, ma adottano anche le tensioni e i rischi che sono propri dei managers. Diventare managers è anzi il loro sogno e si allontanano così sempre di più dalla figura tradizionale dell'antiquario conoscitore, consigliere e amatore, fiduciario sia dei venditori che degli acquirenti, o del gallerista amico degli artisti e paziente costruttore di solide collezioni.

Perseguono anche, a loro modo, un sogno di promozione culturale, ma per lo più seguendo i modi dei ministeri della cultura o degli assessorati che non le vie più nascoste della cultura più vera. Conosco un grande mercante nordeuropeo d'arte contemporanea, fra i più intelligenti e i più attivi, che avendo cominciato anni fa con una galleria e un piccolo staff pressoché familiare, è così cresciuto da trovarsi a stipendiare ventidue impiegati specializzati,

Non per soldi ma per amore

di GIULIANO BRIGANTI

per lo più critici d'arte, che se dovevano andare in America prendevano il Concorde, alloggiavano nei primi alberghi e pasteggiavano a champagne. La megalomania si sa è contagiosa.

Ma questo non è che un effetto secondario che ho citato per colorire un po' il quadro. La sostanza è che la corsa al rialzo praticata con vari mezzi dalle grandi case d'asta internazionali e denunciata in termini molto precisi già un paio d'anni fa da Robert Hughes in un memorabile articolo riportato anche dai nostri giornali, ha imposto ai grandi mercanti di investire capitali sempre maggiori e quindi di far ricorso alle banche entrando così, allo scoperto, nel

rischioso gioco finanziario sottoposto alla buona e alla cattiva sorte della congiuntura. Destino inevitabile per un mercato che considera le opere d'arte non come un valore culturale o come oggetto di passione possessiva, ma solo come investimento in attesa del rialzo, alla stregua di un titolo di borsa, o come bene di rifugio.

L'inceparsi di quel meccanismo superaccelerato al rialzo montato dalle grandi case d'asta di Londra e di New York, ha portato indubbiamente, come prima conseguenza, ad una severa revisione dei valori, soprattutto, anzi direi quasi esclusivamente nel campo del moderno e del contemporaneo che, a quanto sembra, stanno

rientrando gradualmente nella norma di valori più veri. Twombly e Jasper Johns sono indubbiamente grandi e importanti artisti ma non è "reale" il prezzo raggiunto rispettivamente per una loro opera di 4 e di 25 miliardi quando è stato valutato 16 miliardi il *Suonatore di Liuto* di Caravaggio, riscoperto recentemente ed esposto al Metropolitan che non ha trovato fondi per acquistarlo. Il ridimensionamento dei valori del contemporaneo è, a mio vedere, uno dei lati più positivi dell'attuale crisi. Perché significa un avvicinamento dei valori economici ai valori suggeriti da una più obiettiva e disinteressata visione culturale.

Credo fermamente che il vero e serio mercato d'arte debba essere frutto di una cultura e che sia quindi strumento di promozione culturale. Ben lontano dal pensare, come molti marxisticamente hanno pensato e forse ancora pensano, che il possesso di un'opera d'arte sia un furto (non marxisticamente ma fiscalmente e poliziescamente sembrano pensarlo anche i nostri amministratori), sono convinto che la circolazione alla luce del

sole delle opere promossa dal mercato sia di reale giovamento al crescere della conoscenza.

È per questo che sento come un fatto positivo che vada sparando dall'orizzonte del mondo dell'arte quell'odiosa immagine di nobili opere evocate soltanto per illustrazione ai «prezzi da capogiro» raggiunti in questa o in quella vendita, esaltati da quei giornali che oggi sbandierano il «crollo del mercato».

Se le opere d'arte sono il prodotto «di gratuito e irriparabile lavoro umano», è auspicabile che quando entrano nel commercio degli uomini, come è anche loro inevitabile destino, vi entrino dalla porta dell'amore e della conoscenza che, insieme all'istinto, sostengono il desiderio del possedere, sia pure se sospinti da una dolce follia come quella di Utz, favoloso collezionista di porcellane di Sassonia; e non dalla porta blindata delle banche che comunica direttamente con i gelidi *caveaux* tanto simili a sepolcri, avari ricettacoli di invisibili musei. Sarà un'utopia, ma mi ostino a credere che debba essere così.