

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Fear as selling point: considerations about contemporary art market

TORNESELLO, SUSANNA

September 2010

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/51424/>
MPRA Paper No. 51424, posted 15 Nov 2013 19:25 UTC

ECONOMIA DELLA PAURA E CRISI DELL'ARTE CONTEMPORANEA

“Se volete continuare a lavorare per Gagosian vi consiglio di iniziare a vendere un po' di opere d'arte.
É evidente che l'economia generale, e anche l'economia dell'arte, è diretta verso acque increspate.
Voglio solo accertarmi che noi siamo i migliori nuotatori della zona”
Larry Gagosian ai suoi dipendenti, dicembre 2008

1. La crisi dell'arte contemporanea

Oggi l'arte si fa con qualsiasi cosa, senza confini linguistici e territoriali. Le nuove espressioni si generalizzano e formano una costellazione aperta e infinita, dove regna l'indistinguibilità formale del prodotto arte con la realtà quotidiana, in uno spazio aperto privo di restrizioni operative e concettuali. Gli artisti elaborano l'immagine spaziando in tutti i media, e ciò comporta un mix in cui alto e basso della cultura sono concetti non solo non più distinguibili, ma neppure auspicati.

Ma non è sempre stato così. Le fluttuazioni nel linguaggio artistico sono iniziate nel secolo scorso con le avanguardie storiche ed in particolare, con il futurismo italiano, che ha iniziato a considerare le nuove realtà tecnologiche come parte integrante del vissuto umano e, come tali, s/oggetti della creazione artistica. Il risultato è stato quello di mettere in crisi linguaggi tradizionali quali pittura e scultura, attribuendo la massima importanza all'immaginario piuttosto che al medium.

Una fusione, o confusione, che a partire dagli anni '60, con la Pop Art, ha unificato tutti i linguaggi della comunicazione umana creando un flusso indistinto di idee e suggestioni in cui l'arte incontra se stessa nelle sue più mutevoli e ambivalenti sembianze.

La reiterazione delle immagini, caratteristica della Pop Art, si costruisce sulla meccanica ripetizione di desideri, configurandosi come una relazione mancata tra soggetto e oggetto, che si conferma come feticcio inarrivabile. É un'istigazione al desiderio priva di vitalismo, che si consuma nella visione e nel possesso, causando l'annientamento delle capacità individuali alla creazione e all'immaginazione. Nella società attuale un'icona pop nasce quando i media trasmettono e ripetono la stessa immagine milioni di volte, inducendo un consenso acritico intorno ad uno stesso oggetto.

Questo processo, innescato su scala mondiale ed in tempo reale attraverso tutti i media, non necessita più di comunicazione e rielaborazione verbale, ma reagisce solo a stimoli visivi. L'immagine diviene così non soltanto sostanza di desideri effimeri, ma anche espressione pornografica di ideologie e lotte politiche.

Come osserva Germano Celant:

Negli anni '60, dopo la tragedia della guerra e la rinascita esistenziale dell'individualità artistica, il Bauhaus trova la sua attuazione “soggettiva” nella Factory di Andy Warhol, con cui l'artista pop elabora una strategia dell'immagine, si occupa di consenso e di adesione, di potere e di *promotion* che sviluppa attraverso visioni effimere e precarie, che esaltano l'instabilità e il consumo delle immagini e dei miti. E' un protagonista cinico e disilluso, estraneo ai valori positivi e propositivi dell'arte, che porta a estreme conseguenze la negazione di qualsiasi forma di concettualizzazione del soggetto, registrando passivamente l'esistente mediante tutti gli strumenti tecnologici attuali, e sottolinea l'assoluta mancanza di progetto immaginario, tipico dei media di massa, dichiarandosi una “macchina” di registrazione sonora e visiva, fotografica e serigrafica, televisiva e filmica, per esaltare, come tutte le società di consumo, non il significato del prodotto, ma il tatticismo di vendita e promozione. In ciò Warhol condivide il carattere scettico e nichilistico della società

contemporanea, che non crede più alla ricchezza del significato, ma nel potere dell'insignificante, esalta l'immagine presente perché rinvia a una mancanza di senso, fede e utopia¹.

Dopo anni di euforica sregolatezza, il sistema arte oggi è attraversato da uno stato di malessere e insicurezza, dovuto all'accettazione del compromesso tra autonomia della creatività umana e materialità economica. Ne è risultato un venir meno del suo progetto e del suo ruolo critico con il concreto rischio di diventare un'entità aliena alle genuine istanze della società, ripiegata su stessa e sulle necessità degli addetti al settore e del mercato. La perdita della funzione politica assegna all'arte contemporanea un ruolo meramente decorativo, in cui il valore del feticcio, svuotato da qualsiasi contenuto etico, diviene come afferma il filosofo Arthur C. Danto, parametro di se stesso in un crescendo autoreferenziale.

In questa spettacolarizzazione e banalizzazione dell'immaginario, l'arte rappresenta di fatto un prodotto del comparto lusso, che come tale deve sacrificare la sua unicità in favore di un *brand* facilmente codificabile e riconoscibile, entrando di fatto nel regno del *design* e della richiesta di mercato.

Assimilata dunque al prodotto di *design*, l'arte ne condivide le medesime strategie di produzione, mercificazione e lancio commerciale, nonché l'apertura nei confronti delle novità tecnologiche senza alcuna riflessione critica verso la realtà quotidiana, ma attuando, al contrario, una perfetta mimesi con essa.

È una strategia globale, che coinvolge senza alcuna differenza l'Europa, gli Stati Uniti e l'Oriente, d'altronde, in un pianeta in cui merci, capitali e informazioni circolano liberamente, qualunque cosa accada in un determinato posto, ha conseguenze e ricadute in luoghi apparentemente lontani e dissimili. Nulla può più considerarsi realmente esterno alla realtà in cui viviamo e quest'apertura della società ha generato sviluppi che lo stesso Karl Popper non avrebbe mai potuto immaginare; sviluppi intesi non come un potenziale arricchimento sociale, ma come una pericolosa crepa nelle mura difensive che ogni categoria erige intorno a se.

Come osserva acutamente Zygmunt Bauman "una società aperta è una società esposta ai colpi del destino", dove la parola destino va intesa come ineluttabile legge sovranazionale del mercato cui nessuno sa come opporsi. Ciò determina un'insicurezza diffusa e globalizzante: ciascuno deve difendere le proprie frontiere culturali e materiali a scapito del prossimo in una condizione ben peggiore del pericolo che è la paura stessa.

E se un tempo la parola progresso era il termine che indicava la frontiera della felicità umana, faticosamente raggiunta dalla collettività, ora sta ad indicare il fallimento di quell'utopia condivisa e il timore di nuove sconosciute catastrofi sociali.

Insicurezza e paura divengono così efficaci e redditizie strategie di marketing, utilizzabili indifferentemente in ambito commerciale o politico. Oltre alle paure ataviche legate all'incolumità personale, assistiamo ad un proliferare di paure nuove, a cui seguono nuove soluzioni che devono necessariamente dimostrarsi inefficaci perché l'ansia collettiva si perpetui. L'unico palliativo che sembra esser stato adottato a livello globale è il concetto di "flessibilità" che limita autonomia e capacità di scelta di ciascun individuo in nome di uno sforzo collettivo perpetuato dal singolo, mediaticamente "survalorizzato"² ma di fatto depauperato della propria libertà di pensiero e di movimento: gestire la paura è la nuova leva che regola il mercato globalizzato, con tutto ciò che comporta in termini di perdita di incidenza dell'individuo nel processo politico ed economico.³

¹ G. Celant, *Andy Warhol. A Factory*, Kunst Museum, Wolfsburg 1998, cit. in G. Celant, *Artmix, flussi tra arte, architettura, cinema, design, moda, musica e televisione*, Feltrinelli, Milano 2008.

² R. Castel, *L'insicurezza sociale. Che significa essere potetti?*, Einaudi, Torino 2004, p. 20.

³ Cfr. Zygmunt Bauman, *Modus vivendi. Inferno e utopia del mondo liquido*, Laterza, Bari, 2007

2. L'Estetica della Crudeltà nel XX secolo

“Se vado dal macellaio, trovo sempre sorprendente di non essere là io, al posto dell'animale.”

Francis Bacon

“Malattie invasive e morte, povertà e crimine sistematici, uno stato assistenziale in rovina e il contratto sociale infranto sono alla base dell'interesse contemporaneo per il trauma e l'abiezione”

Hal Foster

L'arte, avendo perso il suo punto d'osservazione privilegiato di alter ego critico, si è trasformata de facto in mercato dell'arte, rientrando a pieno titolo in questo nuovo assetto socio-economico globale, dove gli artisti, ben lontani dal ruolo di outsider un tempo detenuto, divengono operatori del comparto lusso e quindi soggetti deboli anch'essi di fronte alle regole del mercato. Da ciò ne deriva una sostanziale perdita di autonomia creativa, l'appiattimento su formule collaudate, la ricerca del sensazionale ad ogni costo che ben si presta a lanci pubblicitari planetari. Emerge soprattutto il ricorrere ad una nuova estetica della crudeltà svuotata da ogni contenuto etico, necessaria a riconfermare lo stato di ansia e paura globale. Si tratta di quello che Enrico Baj definisce come “darwinismo delle immagini”: solo le immagini più forti, efficaci e spettacolari risultano vincenti, meglio ancora se appartenenti alla nuova accademia che è quella della tecnologia.⁴

Ma come individuare il momento esatto in cui si è modificato radicalmente il rapporto con l'estetica? In che modo la repulsione arriva a trionfare sulla seduzione e la repulsione sull'attrazione?

Il macabro e l'orrido non sono certo invenzioni del '900, tuttavia, mai il valore di un'opera d'arte è stato quantificato in base alla sua capacità di disgustare e al contempo, paradossalmente, rassicurare commercialmente, come negli ultimi trent'anni.

Nel dopoguerra, la visione pubblica dei filmati dei campi di concentramento nazisti ha rappresentato un trauma collettivo di portata epocale. L'aver preso atto che migliaia di persone possano aver partecipato, in maniera scientifica e burocratizzata ad un genocidio, ha messo l'uomo comune di fronte alla banalità del male che si annida in seno alla società più civile.⁵

All'epoca alcuni alti gradi inglesi e russi si opposero alla diffusione di tali immagini, temendo che anziché fungere da monito, avrebbero dato la stura a conseguenze imprevedibili. Prevalse infine l'ottimistica linea americana, e tutt'ora ci si può chiedere se sia stata, nel lungo termine, la scelta migliore. Raccontare un evento raccapricciante implica, da parte dell'ascoltatore, un'immedesimazione che attiva il processo immaginativo. Guardare invece delle immagini, ed in questo caso le immagini di carcasse ridotte a cose senza nome, segna una distanza spersonalizzante, un'oggettivizzazione dell'immagine che la priva di ogni empatia umana e morale. E a lungo andare, produce una sorta di assuefazione alle immagini violente in una spirale che potenzialmente non ha mai fine.

Immagini *ob-scaene* che guadagnano di fatto la luce della ribalta e che nei primi anni del dopoguerra conducono ad una sorta di annichilimento formale, ad un rifiuto totale verso ogni rappresentazione umana che va sotto il nome di Informale.

Un'escamotage emotivo che Francis Bacon rifugge, trasformando le sue opere nel grido animalesco e scomposto di una società morente e anestetizzata, che l'artista perfora sino alla suppurazione. Un gesto violento e ricco di *pietas* che tuttavia esaurisce con lui la profonda carica morale ed eversiva.

⁴ Enrico Baj, Paul Virilio, *Discorso sull'orrore nell'arte*, Elèuthera, Milano 2002, pp. 21-22.

⁵ Paul Virilio, *Art and Fear*, Continuum, London 2006, p. 2

Ci riproveranno Beuys e il gruppo degli azionisti viennesi negli anni sessanta, ma il gesto è ormai egoisticamente catartico: lo spazio sociale si restringe al corpo dell'artista, che egli mutila e tormenta nella profonda incapacità di comunicare con l'esterno.⁶

A partire dagli anni '70 l'intento etico e politico sembra diluirsi gradualmente, sino a raggiungere lo status di violenza decorativa e fine a se stessa. Le implicazioni autoerotiche e autoreferenziali della Body Art, l'emarginazione e il degrado dei ghetti metropolitani della Street Art, la sofferta violenza psicologica e la riflessione intimista sul ruolo della donna portata avanti da artiste quali Marlene Dumas o Marina Abramovic, perdono ben presto l'iniziale carica innovativa e ribelle, divenendo nel tempo una cifra stilistica alla moda.

Negli anni '90, assistiamo ad una esibizione invasiva ed aggressiva di immagini che comprendono ogni tipo di secrezione corporale, mutilazione o depravazione sessuale. L'innesto della cultura *hentai* nipponica sulla scena sado-punk internazionale, ha inoltre come risultato lo sdoganamento delle immagini di lolite seviziate e mutilate nella cultura pop giovanile⁷, negli stessi anni in cui l'allarme pedofilia esplose sino quasi alla psicosi collettiva. Oppure le foto di Andres Serrano della serie *Morgue*, oggetto di scandalo e disgusto alla loro uscita, oggi, a distanza di pochi anni, appaiono perfino edulcorate nei confronti di una qualsiasi puntata di C.S.I. in onda in prima serata sulle reti di tutto il mondo.

Punto di svolta è stata la mostra *Post-human* curata da Jeffrey Deitch nel 1992: l'osceno, diventa un vero e proprio genere, per il quale viene coniata la definizione di "arte abietta" dal critico Hal Foster nel suo *Il ritorno del reale* (1997).⁸

Tuttavia sono le provocazioni glamour della *Cool Britannia* degli YBAs⁹, create a tavolino da galleristi rampanti e nuovi tycoon del lusso mondiale, ad assestare il colpo definitivo all'alterità dell'artista inteso come ricetrasmittitore, non del tutto consapevole, degli impulsi della nostra società. E allora gli squali imbalsamati, gli animali squartati e inglobati nella resina, i teschi ricoperti di brillanti, assumono il ruolo di costosi e rassicuranti esempi di un *horror vacui* da loft o da museo alla moda, allineandosi perfettamente con la tendenza *haute couture* di un Galliano o di una Westwood che fanno del trash dark e necrofiliaco il proprio marchio di fabbrica.

Esempi, questi ultimi, che hanno un profondo valore documentario e sociologico ma che difficilmente potranno essere ricordati tra i momenti più alti (quotazioni a parte) nel panorama artistico dell'arte del '900.

Tuttavia, nel 2008, inaspettatamente qualcosa nell'ingranaggio perfetto si è inceppato, svelando uno scenario poco edificante in cui un'arte fragile ideologicamente e povera di contenuti si poggia su un complicato intrico di conflitti di interessi, strategie di mercato a dir poco disinvolute, lobby a compartimenti stagni e quotazioni dal dubbio valore effettivo. Una realtà della quale pubblico e collezionisti iniziano finalmente a prendere coscienza, mettendo per la prima volta in discussione il sistema mercato dell'arte in quanto tale.

⁶ Non è un caso, certamente, che Beuys sia stato un pilota di stukas e Herman Nitsch un soldato della Wehrmacht.

⁷ Cito l'esempio dell'artista inglese Trevor Brown che vive e lavora in Giappone. La sua serie di libri *Rubber Dolls*, diventata un cult underground, presenta immagini di grande levigatezza e perfezione formale, nelle quali bambine ridotte a bambole spezzate e vestite con uniformi feticiste, giocano con innocente malizia tra aghi, coltelli e attrezzi sadomaso.

⁸ Alcuni artisti che possono essere assimilati a questa definizione: Bruce Nauman, Cindy Sherman, Paul McCarthy, Mike Kelly, Orlan, Robert Gober.

⁹ Young British Artists o YBAs è il nome di un gruppo di artisti concettuali inglesi, tra cui Damien Hirst e Tracey Emin. La definizione deriva da un'esposizione che si tenne con quel nome nel 1992 presso la Saatchi Gallery di Londra.

3. La bolla del mercato dell'arte è scoppiata

“Spesso ciò che viene esibito è il curatore, più che l'opera d'arte”
Daniel Buren

“Bisogna spegnere l'eccesso prima ancora che l'incendio”
Eraclito

“The art-market bubble has burst”

“Contemporary art: The latest status investment is showing signs of a bubble”

“Crash goes the Art world”

“Can the art market defy predictions of a downturn?”

Questi sono solo alcuni dei titoli apparsi nell'autunno 2008 sulle pagine dei più importanti quotidiani statunitensi, coinvolgendo anche il sistema dell'arte contemporanea nella crisi dei mercati finanziari e immobiliari.

Le previsioni degli analisti annunciano difatti, una flessione del mercato che si aggirerà attorno al 44%, come avvenne nei primi anni Novanta di conseguenza al crollo delle borse del 1989.

Emblematico in questo senso, il commento di un anonimo *art dealer* riportato da Alexandra Peers sul *The Wall Street Journal* del 20/11/08: *“Their houses are worth less, their stocks are worth less, but they thought their Rudolph Stingel was still priced the same? No.”*

Giudizio confermato dai risultati deludenti delle ultime aste tenute da *Christie's* e *Sotheby's*, che in diversi casi hanno visto le opere di artisti di primissimo piano invendute o notevolmente sottostimate.

Persino l'ultima produzione del *golden boy* Damien Hirst, quotata \$ 3.000.000, per la prima volta dell'inizio della sua folgorante carriera non ha trovato compratori, tanto da spingere l'artista inglese a dichiarare: *“Art is worth what the next guy is prepared to pay, but if I want to sell new work, I'll price it lower.”*

Invito raccolto da alcuni galleristi newyorkesi, tra cui Asher Edelman, che nel mese di dicembre ha organizzato una vera e propria *Holiday Sale* con sconti dal 25 al 50% su opere di artisti celebrati come Basquiat, Chamberlain o Katz.

Tuttavia, i *dealers* europei se da un lato invitano alla cautela, giudicando eccessivamente apocalittici i toni d'oltre oceano, dall'altro attendono con una certa apprensione i risultati di vendita delle prossime fiere d'arte contemporanea, su cui peserà senza dubbio l'assenza di molti investitori americani ed asiatici.

Carenza di liquidità, senza dubbio, quella che terrà molti investitori/collezionisti lontani da fiere ed aste nei prossimi mesi, ma anche la larvata presa di coscienza nei confronti di un meccanismo gonfiato ed inattendibile, dominato da conflitti di interessi più o meno palesi e da operazioni di marketing che con il valore artistico di un'opera hanno ben poco a vedere.

Non è un caso infatti, che le vendite di opere degli *old masters*, o degli esponenti delle avanguardie storiche di consolidato valore, non abbiano subito flessioni di sorta. Investimenti sicuri, certo, ma perché condiviso è il valore artistico ed universale insito in queste opere.

Possiamo affermare altrettanto di un'opera di artisti prolifici ed onnipresenti come Hirst o Cattelan?

Lo si è fatto con proterva sicumera fino a pochi mesi fa e si continuerà a farlo, probabilmente, una volta passata la bufera, visti i nomi degli attori coinvolti e gli interessi economici in gioco; ma tutto ciò non assicura una vera immortalità delle opere di *red carpet artists* come quelli citati o di cento altri ancora.

Del resto, l'asta della collezione dei coniugi Fuld (lui ex Ceo della Lehman Brothers, lei *trustee* del MoMa) tenutasi da *Christie's* nel novembre 2008, se da un lato ha raggiunto un risultato inferiore

alla stima minima, dall'altro ha messo in evidenza uno dei cancri del sistema arte contemporaneo, ovvero gli innumerevoli conflitti di interessi che influenzano e manovrano nell'ombra il lancio e la consacrazione degli artisti sui palcoscenici internazionali.

Una collezione, quella dei Fuld, stimata attorno ai \$ 20.000.000 e costruita nell'arco degli ultimi quindici anni, punta dell'iceberg di un sistema diffuso e consolidato, che vede nei rapporti economici tra galleristi-pubblicitari, proprietari di case d'aste-azionisti di musei *franchising*, banche, fondazioni e presunti critici, curatori o *advisors* che spesso operano con i piedi in tutte le scarpe disponibili, la realizzazione più deteriore di quel detto che vuole l'arte contemporanea quale specchio profondo della società.

La stessa figura dell'*art advisor* nasce negli anni Ottanta, gli stessi anni in cui nell'euforia delle borse si cercavano nuovi *assets allocation* che diversificassero i rischi e assicurassero forti detassazioni, anni in cui banche e colossi finanziari entrano a gamba tesa in musei e fondazioni con le loro vincolanti partnership, epurando gli storici dell'arte dai ruoli dirigenziali per sostituirli con più affidabili manager culturali.

Anni che inevitabilmente segnano la fine di un certo modo di scoprire, promuovere e consacrare l'arte contemporanea cambiando per sempre il volto del mercato globale dell'arte ed attribuendo al marketing il vero potere decisionale. Emergono nuove gallerie dette "di brand", come quelle di Larry Gagosian o Charles Saatchi che non a caso provengono dal mondo della pubblicità; collezionisti di brand come François Pinault, musei di brand come il Guggenheim e inevitabilmente artisti di brand quali Jeff Koons, Takashi Murakami o il già citato Damien Hirst.¹⁰

E queste opere di brand non hanno più un valore reale: come afferma Paul Virilio: «Siamo di fronte alla dismisura del valore. Warhol non è più quotato, è delirato. La sua firma è la marca di un prodotto cui viene collegato un valore per eccesso. Tutto ciò non ha più niente a che fare con l'arte [...] tutto ciò ha solo a che fare con una logica commerciale nel senso più banale del termine.»¹¹

Susanna Tornesello

¹⁰ Renato Diez, *Branding* in "Arte", Milano, n. 432, Agosto 2009, pp. 30-31.

¹¹ Enrico Baj, Paul Virilio, *Discorso...* cit., p. 19