

Vi spiego perché è così importante il buon gallerista

CARLO ALBERTO BUCCI

Molti intellettuali francesi, tra cui Boltanski, stanno protestando contro una scultura di Jeff Koons alta 40 metri che, pagata tre milioni di euro dai galleristi della star Usa, non vogliono sia piazzata davanti al Palais de Tokyo. La interpretano come un dono non disinteressato del mercato. I galleristi sono così invasivi? «I galleristi sono venditori – risponde Angela Vettese, al secondo anno di direzione di Arte Fiera – Sono anche intellettuali spesso raffinati: pensiamo a quanto hanno contribuito Daniel-Heinrich Kahnweiler e Ambroise Vollard alla diffusione dell'impressionismo. Sono mediatori culturali che, nei casi migliori, impongono modelli di gusto innovativi e trasmettono sensibilità inedite. Non vedo dunque perché demonizzarli. Detto questo, c'è sempre chi tende più alla figura del mercante e chi, invece, lavora in modo simile al curatore di un museo. Nella faccenda di Jeff Koons forse il problema è Koons, non i suoi galleristi».

Anche quest'anno con il progetto "Polis" la Fiera si espande nella città. Ma le opere esposte sono in vendita, o il mercato si fa solo in Fiera?

«Polis è un insieme di iniziative che intende animare la città con iniezioni di opere. Queste possono essere performance (Polis/Special Projects:

Performing the Gallery), film (Polis/Cinema), sculture e disegni (Polis/Artworks). Non mi risulta che nulla sia in vendita, ma non mi scandalizzerei se le opere direttamente proposte dai galleristi nella sezione Polis/Artworks fossero anche proposte ai collezionisti».

Tra le iniziative collaterali c'è il convegno sulla relazione mostre-fiere. Nel suo testo di presentazione lei sembra porre un problema serio su questo connubio: "... in un momento - lei scrive - in cui le due cose sembrano sovrapporsi".

«Le grandi mostre non riescono più a esimersi dal rapporto con galleristi e collezionisti, nella veste di produttori di opere, di aiuto economico nel trasportare, assicurare, installare le opere. È un fenomeno generalizzato che, ancora una volta, ci deve portare a riflettere sul rapporto arte/committenza. Del resto se si leggono saggi classici sulla storia dell'arte antica, in un filone aperto soprattutto dall'americano Baxandall, si comprende come sia una storia vecchia di secoli. Un tempo i contratti con i committenti erano anzi ancora più vincolanti, perché entravano nel merito di quali colori l'artista dovesse usare, quante figure dovesse dipingere, se dovesse fare da solo o potesse farsi aiutare dagli assistenti di bottega».

Nel XIX secolo però le cose sono cambiate.

«Nell'Ottocento il romanticismo ha

liberato l'artista da questi vincoli, ma la nascita del mercato "a posteriori", cioè di opere già eseguite, ha poi creato una figura di mercante molto aggressiva e capace di interferire con le istituzioni – mostre, musei, collezioni private rilevanti – in modo tale da influenzare moltissimo il riconoscimento anche culturale di un artista».

Che differenza c'è tra essere il curatore di una mostra e di una mostra-mercato?

«Una mostra nasce da un progetto unitario del curatore, in una fiera il curatore deve riuscire a creare una polifonia armonica rispettando la vocazione di molti altri soggetti, soprattutto dei galleristi che vengono per esporre il loro lavoro. Ribadisco che il lavoro di un gallerista non risiede nel vendere e basta, ma soprattutto nello scegliere un artista, nel produrne le opere, nel procurargli mostre in luoghi istituzionali, nel sapergli offrire i mezzi per dare il meglio di sé anche nelle mostre in galleria».

E il curatore?

«Un curatore di fiera non può sovrapporsi ai galleristi o imporre troppo la propria visione. Deve, semmai, tirare fuori il meglio da ciascun operatore, a volte sconsigliandogli di percorrere la via più commerciale, rivolta alla vendita facile. Personalmente, ho sollecitato la riduzione del numero di autori per ogni stand e la crescita delle esposizioni personali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

