

Il video «My Mouth is a Temple» di
Fyodor Pavlov-Andreevich, galleria Luciana Brito.



Com'è breve la carriera dei nuovi artisti

**La parabola di un astro nascente
dura ormai pochi anni.
Così molti collezionisti puntano
tutto sui giovani. Fenomeno
in bilico fra qualità e moda, che
dominerà la prossima fiera Art
Basel Miami Beach, con qualche
rischio per chi compra.**

di **Stefano Pirovano**

Dopo le due grandi fiere di ottobre, Frieze a Londra e Fiac a Parigi, e passato novembre con l'intermezzo di Artissima a Torino, il mondo dell'arte vola a Miami, in Florida, dove dal prossimo 5 dicembre si tiene Art Basel Miami Beach, l'ultimo appuntamento dell'anno, e dunque il migliore per provare a fare un bilancio del 2013. Gli artisti in numero enorme rispetto alle gallerie (268 per questa tredicesima edizione) hanno il problema di conquistare con le loro idee gli occhi più o meno raffinati di collezionisti e art advisor. Scorrendo l'elenco della collettiva di Collins park (importante sezione a late-

re quest'anno curata dal «líder máximo» del potente Public art fund di New York, Nicholas Baume), i nomi che s'incontrano non dovrebbero suonare nuovi ad alcun collezionista mediamente informato. Per esempio, Sam Falls, Oscar Tuazon, Matias Faldbakken, Scott Reeder, Alicja Kwade, Carol Bove, Thomas Huseago. Nomi che hanno avuto rapide ascese negli ultimi anni, passando in qualche caso da quotazioni di poche migliaia di euro a diverse centinaia di migliaia. Ed ecco che si pone il problema principale: arte di qualità o arte in voga?

Oltre che per l'incredibile record appena toccato da Francis Bacon (dallo scorso novembre il più pagato artista di sempre in un'asta: 147 milioni di dollari) quello che stiamo vivendo potrebbe infatti passare alla storia come un momento cruciale sul piano della promozione. A soli tre anni dal lancio di Instagram, quest'anno acquistato da Facebook, e a sei da quello di Tumblr, ora di Yahoo!, gli occhi che os-

L'opera dell'artista
Carol Bove
«Flora's Garden I»,
galleria David Zwirner.



Un'opera
dell'artista
Matias Faldbakken.

servano il mondo dell'arte e lo raccontano si sono moltiplicati in maniera impressionante, e di conseguenza la circolazione delle opere e delle informazioni relative, promozione compresa.

Secondo la gallerista italofrancese Claudia Cargnel, in parte si spiegano così le centinaia di richieste che piovono quando si espongono certi nomi, sui quali fino a poco tempo fa arrivavano solo pochi privilegiati compratori. Ma qui le posizioni si dividono. Da una parte c'è chi (e Cargnel è tra loro) ritiene che questo sia un bene: primo perché la richiesta è vista positivamente da qualsiasi mercato, secondo perché a tale richiesta potrebbe corrispondere un salutare aumento dei volumi di vendita, con la conseguenza di avere valori più verosimili e trasparenti. Dall'altra parte c'è chi, come Francesca Kaufmann (che da poco ha aggiunto alle sedi di Milano uno

spazio a New York, nel cuore di Chelsea), pensa invece che tutti questi nuovi compratori stiano semplicemente inseguendo un'idea di profitto e comprino «con le orecchie», come si dice in gergo, anziché con gli occhi. In questo modo le delusioni arrivano all'improvviso, cioè appena tutta questa richiesta si trasformerà in offerta, e allora quel che è stato pagato poco non varrà più nulla.

Già, perché si registra la sensazione (quello dell'arte è un mercato i cui dati ufficiali sono sempre pochi e poco affidabili) che anche i collezionisti economicamente dotati stiano puntando sui giovanissimi, con la conseguenza che gli autori oggi in vera difficoltà sono proprio quelli affermati, che vedono il loro ciclo di vita artistica ridursi a una manciata d'anni, neanche fossero atleti.

A ben guardare, però, entrambe le



posizioni hanno ragion d'essere, se non altro per il fatto che potrebbero ben rappresentare il confronto sempre in atto tra generazioni.

Insomma, da una parte c'è nell'aria un allarme speculazione lanciato da chi vede nei musei (anziché nel mercato) i principali strumenti di validazione della qualità di un'opera. Dall'altra parte, invece, c'è chi crede nell'autonomia dello spirito critico e non si informa più attraverso le riviste tradizionali (pagate dalle gallerie), ma sceglie di affrontare l'enorme massa di artisti in cerca di fortuna informandosi online, in modo decisamente più aperto, trasversale e condivisibile.

Così il sistema che negli scorsi anni ha dettato le regole dell'arte internazionale potrebbe subire uno scossone. Non sarebbero più i musei a portare gli artisti sul mercato esponendoli ancora giovanissimi, ma sarebbe il mercato a scegliere gli artisti ancora in erba, solo successivamente consacrati e consegnati alla storia dal mercato.

A sostegno di questo modello c'è il fenomeno emergente delle aste online, cavalcato non solo dalle major, ma da realtà piccole e già influenti, come Paddle8. Al collezionista scegliere da che parte stare. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA