

ANNO PUBBLICAZIONE: 2007

CODICE ISSN: 1720-951X

Umberto Morera

## Intervista a Massimo De Carlo

---

MORERA: *Cos'è il «sistema dell'arte»?*

DE CARLO: Per «sistema dell'arte» credo debba intendersi un insieme di relazioni tra persone, istituti e *media* che «evidenziano» tanto le diverse qualità dell'arte, quanto il territorio nel quale questa si muove e cresce (sia poi in un ambito teorico ed estetico, che nel mercato). Il territorio è appunto costituito dagli artisti, dalle loro opere, dai musei, dalle gallerie e da tutto ciò che è utile per esporre e valorizzare le opere e gli artisti. E ancora dai collezionisti, dagli appassionati, dai curiosi, dagli studiosi, dai critici, dai curatori. Molti frequentano l'arte per mestiere, altri per esigenze intime, personali; ed anche questi ultimi, senza saperlo, sono parte di questo sistema poiché il loro interesse, molto spesso, all'interno di un contesto, diventa «massa critica» che sposta le idee ed i materiali su cui poi l'artista lavora.

MORERA: *Quando nasce il sistema dell'arte per come lo conosciamo oggi?*

DE CARLO: Nasce negli anni Cinquanta del secolo scorso, negli Stati Uniti: Betty Parsons è la prima gallerista americana che decide di avere le pareti bianche nel proprio spazio espositivo. Valorizza un gruppo di artisti, tra i quali Adolf Gottlieb, Ad Reinhardt, Barnett Newman e Jackson Pollock. Sono gli enormi protagonisti della grandissima arte americana del dopoguerra. In quel contesto, si percepisce già quello che si potrebbe definire un laboratorio di relazioni. Una fitta rete di conoscenze che fa quadrato attorno ad una concezione dell'arte ed irradia queste istanze in svariate direzioni. Verso il collezionismo, le istituzioni, i critici ed il mercato. La «galleria» nasce in quel momento.

MORERA: *Un gallerista può decidere di assestarsi spontaneamente e coscientemente ad un livello medio, o addirittura medio-basso?*

DE CARLO: Ritengo che, all'interno della dimensione culturale che chiamiamo contemporaneità, sia estremamente difficile «galleggiare» e che sia comunque complicato cercare di mantenere la propria posizione. E

UMBERTO MORERA

ciò perché, soprattutto negli ultimi anni, si sono moltiplicati gli attori in gioco, quindi restando fermi si ha la certezza di essere superati da chi, invece, procede speditamente. Pertanto, l'idea di mercante alla Ambroise Voillard, che alla fine del diciannovesimo secolo affermava di aspettare i suoi clienti in galleria, dove addirittura dormiva, offrendo loro quello di cui al momento disponeva (o diceva di avere), è l'esatta antitesi del profilo del gallerista attuale, che un po' per natura ed un po' per dedizione è costretto a frequentare il sistema dell'arte in tutte le sue numerose sfaccettature. Anche poi perché questo mercato è un mercato globalizzato, in cui le tensioni sono moltissime e si sviluppano in ogni angolo del pianeta. Basti pensare che negli ultimi anni non abbiamo potuto ignorare il cosiddetto fenomeno cinese, piuttosto che quello messicano all'inizio dell'anno 2000, o i cosiddetti YBA emersi nei primi anni novanta.

MORERA: *Come si reagisce agli input del mercato, restando propositivi fino ad influenzare il mercato stesso?*

DE CARLO: Il gallerista deve fondamentalmente capire come alternare il momento della ricerca a quello della promozione: è un continuo entrare ed uscire da una dimensione pratica ad una dimensione ideale e visionaria per poter giudicare con gli occhi più attenti possibile il lavoro di un artista e per poterlo imporre all'attenzione di una massa critica rappresentata dagli attori del «sistema arte».

MORERA: *Esiste il fenomeno del collezionista che propone al gallerista le sue scoperte?*

DE CARLO: Sì, esiste. È un fenomeno riscontrabile negli ultimi anni ed è dovuto allo straordinario potere economico di alcuni collezionisti. Ha sicuramente determinato delle performance un poco artificiose a livello di mercato; ma in alcuni casi ha anche portato alla scoperta di nuovi artisti, soprattutto nel mercato anglosassone, dove vi è certamente una più stretta contiguità tra collezionista, gallerista e istituzione. In Italia, invece, questi soggetti rimangono isolati, non interagiscono tra loro, più per una visione piccola del proprio ruolo che per rispetto verso gli altri. Il panorama che ne risulta è un sistema costituito da micro-aree di potere estremamente frammentate tra loro e talvolta frammentate addirittura al loro interno.

MORERA: *Un artista senza galleria può farcela?*

DE CARLO: Non all'inizio. In quel momento culturale la galleria è fondamentale per l'artista giovane. È la sua cassa di risonanza naturale. È proprio l'esordio di un artista a richiedere grandi attenzioni e cure, affinché l'artista impari a gestire le sue relazioni, affinché capisca come contestualizzare il lavoro stesso all'interno di spazi sempre differenti tra loro e che richiedono investimenti in-

tellettuale ed economici da valutarsi caso per caso. Non è invece indispensabile per l'artista affermato che, usufruendo di una grande amplificazione mediatica, acquisisce un notevole potere contrattuale nei confronti del gallerista.

MORERA: *Esistono dei «vivai» di artisti, o meglio dei luoghi o delle situazioni privilegiate ove si formano gli artisti?*

DE CARLO: Le Accademie di Belle Arti hanno sempre contribuito alla nascita di un artista e tuttora sono un luogo di sicura formazione e crescita. Non esclusivo però. I vivai possono essere dei contesti allargati, molto simili alle compagnie giovanili. Qui gli artisti convivono con altri protagonisti del laboratorio creativo contemporaneo. Basti pensare a quanti giovani iniziano come artisti musicali e poi diventano artisti visivi, o viceversa. I vivai esistono allorché i creativi in erba si confrontano, discutono, dialogano e si formano insieme.

MORERA: *La galleria può avere un ruolo periferico o deve comunque essere internazionale, globale?*

DE CARLO: Non esistono molti modi per interpretare il lavoro del gallerista. Certo si può essere dediti al micro-ambiente regionale e si può indagare a fondo un territorio geografico o generazionale, ma la vera natura dell'arte prevede anche una sua dispersione verso soggetti sempre diversi. E la conquista di un'ampia visibilità all'esterno è praticamente necessaria. Il carattere nazionale o locale non si confà alla contemporaneità e direi quasi che, al contrario, la penalizza. Lo dico con una vena di tristezza perché in alcuni casi è un vero peccato... Per il bene della galleria stessa e degli artisti non si ha molta scelta e bisogna agire su un territorio molto vasto; poi non solo geografico, ma anche ideale.

MORERA: *Il gallerista deve essere un protagonista in senso assoluto o può essere anche un personaggio più schivo?*

DE CARLO: Siamo vivendo una conflittualità e una competitività che si esprimono in eccezionali pressioni e tensioni. Il gallerista per diretta conseguenza all'attività di ricerca e divulgazione che porta avanti è costretto ad esporsi in prima persona, in contesti sempre meno protetti, dovendosi quindi crearsi un'immagine che sia una sorta di assicurazione visiva sul proprio ruolo. È comunque pur vero che il gallerista è anche un mediatore, un laborioso tessitore di relazioni e servizi, che deve quindi saper capire quando è opportuno lavorare in sordina e con discrezione.

MORERA: *Una galleria italiana, crescendo, può mantenere un'unica sede in Italia, o la naturale evoluzione cui non può e non deve sottrarsi la porterà ad aprire filiali all'estero?*

UMBERTO MORERA

DE CARLO: Attualmente, c'è uno specifico contesto dell'arte che si muove in continuazione: è il grande circo delle fiere, e proprio queste fiere consentono di essere sempre al centro del mondo. Aprire filiali in altri paesi o continenti può essere quindi utile dal punto di vista del marketing, ma non so se può davvero essere utile dal punto di vista della qualità del lavoro che deve essere sempre al centro dell'attività del gallerista... In ogni caso, ogni due o tre anni ci si deve comunque chiedere se quello che si fa ha un senso rispetto ai cambiamenti in atto. Io, ad esempio, ho costantemente cambiato spazio espositivo, poiché percepivo un invecchiamento del luogo rispetto a quello che succedeva. L'arte e gli artisti usano tutto ciò che usano! Gallerista compreso!

MORERA: *Che formazione hanno normalmente i galleristi?*

DE CARLO: Ho sempre pensato che i mestieri del gallerista, come quello dell'antiquario, si imparassero... per strada. Federico Zerri aveva un rispetto enorme di quegli antiquari o restauratori che, senza avere mai studiato storia dell'arte, capivano a naso cosa si nascondeva sotto le croste più immonde. Nel mondo anglosassone un gallerista proviene sempre da studi legati all'arte... ma vi è da dire che questo fa parte di quella sana cultura che lascia poco spazio all'improvvisazione e che tiene conto sempre di una sorta di gerarchia, anche nel mondo delle idee e della creatività. A mio parere, la formazione di un gallerista non è decisiva, il pedigree non è mai troppo importante. Quello che è fondamentale è una conoscenza robusta del presente e la capacità di declinarlo e utilizzarlo per fare scelte pertinenti per un futuro prossimo. In fin dei conti, una parte del lavoro di gallerista richiede una predisposizione al commercio e di conseguenza non vi è una scuola che possa formare in questo senso.

La passione è poi anche molto importante e spesso sono proprio i collezionisti che diventano galleristi. Non si è mai capito, per esempio, se Peggy Guggenheim fosse una gallerista o una collezionista. Il discrimine fra l'uno e l'altro è stato per molto tempo labile. Io però penso che nell'attuale mondo dell'arte contemporanea, il gallerista collezionista sia una figura patetica ed eticamente poco convincente; direi forse anche ipocrita. Il nostro mestiere infatti ci impone di fare le scelte migliori per i nostri clienti, non per la nostra collezione.

MORERA: *Quando e come un gallerista investe nella produzione di un'opera?*

DE CARLO: Noi cerchiamo di fornire servizi all'artista. Idealmente, perché l'artista deve soltanto pensare al suo lavoro, in realtà perché dobbiamo giustificare il guadagno che riceviamo quando vendiamo un'opera. La

sola vendita non basta a giustificare guadagni spesso elevati e facili da conseguire. Tra i tanti servizi che la galleria fornisce ad un artista vi è la cosiddetta produzione di un'opera. Produrre un'opera significa mettere al servizio di un giovane artista un ventaglio di conoscenze per realizzare un'opera e spesso anche i fondi per realizzarla. Un buon gallerista non si tira mai indietro rispetto alla realizzazione di un progetto artistico, a meno che questo non preveda un esborso talmente alto da rendere impossibile il rientro dei fondi. In questo senso il gallerista è il complice ideale dell'artista perché assume un rischio in prima persona. L'artista ci mette la faccia, il gallerista i soldi. Ed è giusto che sia così. Questa disponibilità del gallerista non si esplicita soltanto nei confronti del giovane artista ma anche nei confronti dell'artista affermato poiché spesso i musei invitano gli artisti a fare delle mostre senza avere fondi sufficienti, e così spesso il coinvolgimento del gallerista è totale poiché finanzia il catalogo, dà un contributo ai trasporti, realizza opere; insomma cerca di offrire quel supporto economico di cui il museo e l'artista hanno effettivo bisogno. Ecco perché in alcuni momenti della propria attività il gallerista ha bisogno a sua volta di un supporto economico, che spesso viene richiesto a collezionisti, ovvero attraverso la ricerca di sponsor.

MORERA: *Possono individuarsi «macro-tipologie» di galleristi? Eventualmente quali?*

DE CARLO: Certamente un primo discrimine è rappresentato dall'economia. Fino a dieci anni or sono, la cosiddetta galleria d'avanguardia, o meglio di ricerca, coltivava un suo territorio attraverso una serie di relazioni con giovani artisti, ove l'economia aveva un'importanza sostanzialmente secondaria rispetto alle scelte artistiche. Queste gallerie si occupavano anche del mercato e questo mercato veniva definito genericamente primario, ove per primario si intendeva il primo passaggio dell'opera dallo studio dell'artista al collezionista. Qui si marcava già una prima differenza rispetto a galleristi — che ora preferirei chiamare «mercanti» senza nessuna accezione negativa — che, pur sensibili al fatto artistico, non hanno «attitudine» a lavorare con un artista e quindi preferiscono lavorare con le opere degli artisti. Questi costituiscono il mercato secondario poiché lavorano con opere che sono già state immesse sul mercato da altri e qualche volta organizzano ottime mostre ma facendo dialogare l'opera con un contesto direttamente legato al mercato stesso. Di fatto, oggi, queste differenze non sono più così marcate poiché l'economia nel sistema arte sta prendendo il sopravvento rispetto alle idee ed alla sensibilità. E nella rincorsa di una economia più forte i ruoli si mischiano e si confondono.

MORERA: *Come si comincia questa professione?*

DE CARLO: Come ho già detto, per passione; ma anche per ambizione o per semplice caso.

MORERA: *Quali sono le componenti principali del profitto del gallerista?*

DE CARLO: La vendita diretta produce un profitto che è facilmente identificabile ed è il margine tra il costo e la vendita. Una seconda fonte di guadagno è rappresentata dall'incremento di valore nel tempo. Recentemente, in tempi strettissimi si sono avute performance inaspettate. E questo ha creato grandi aspettative nei collezionisti, anche se forse talvolta sarebbe meglio usare la parola «compratori». Bisognerebbe analizzare meglio questo fenomeno. È indubbio che vi sia una società capitalistica che esprime dei bisogni: questi bisogni si estrinsecano attraverso una mobilità che ha come riferimento il lusso, un desiderio di status intellettuale ed economico, la possibilità di emergere attraverso scelte non condivisibili. Il territorio dell'arte è estremamente compatibile ed addirittura complementare con il paesaggio appena descritto. Ed è in quest'area «rosa» – fatta di glamour e di apparenze – che si forma il compratore: il frequentatore di tutte le fiere e di nessuna galleria.

MORERA: *Che differenza c'è tra un collezionista italiano ed uno straniero, a livello di aspirazioni, desideri, ambizioni?*

DE CARLO: In Italia, l'arte è troppo amata, laddove l'amore ha i suoi lati oscuri ed il tradimento e l'ipocrisia sono – ahimé – il pane quotidiano del gallerista. La conseguenza è un rapporto estremamente sbilanciato, ove al desiderio ed alle aspirazioni raramente corrisponde la soddisfazione. Un poco di sano cinismo in certe aree del sistema arte italiano non guasterebbe. Attraverso relazioni meno fangose guadagneremmo tutti in chiarezza e ci si potrebbe liberare di un bel numero di «cialtroni».

MORERA: *I «mercati» entro i quali opera il gallerista: collezionisti privati, istituzioni, aste, che differenze presentano?*

DE CARLO: Il mercato del gallerista è uno solo e organicamente composto da tutti i soggetti che hai appena elencato: è necessario far leva su tutte le varie componenti del mercato e del sistema per riuscire a completare un puzzle che non è complicato dal punto di vista del percorso, quanto piuttosto dalla componente umorale e caratteriale. I soggetti che tu descrivi, e che devono essere costantemente sensibilizzati, sono per natura difficili e sospettosi e ciascuno di loro è in possesso di una sua «verità» di cui bisogna sempre tener conto.

MORERA: *Quali regole deontologiche deve seguire un gallerista?*

DE CARLO: Quelle classiche di un buon imprenditore, con poi una particolare attenzione a curare gli interessi dell'artista.

MORERA: *È importante la pubblicità per un gallerista?*

DE CARLO: È importante perché, in un modo o nell'altro, è necessario far sentire costantemente la propria presenza: la pubblicità può aiutare in questo, ma di certo non deve e non può essere l'unico modo di rendere visibile la galleria.

MORERA: *Le vendite televisive sono un problema, un intralcio?*

DE CARLO: Sono una realtà di basso profilo, ma con una quota di mercato di cui bisogna pur sempre tener conto. Per il gallerista che opera con i giovani non rappresentano comunque un problema.

MORERA: *Un evento culturale a latere dell'attività di un gallerista può essere utile?*

DE CARLO: Sì, può essere senz'altro utile, ma di fatto l'attività del gallerista è già di per sé culturale e quindi gli eventi e l'organizzazione di mostre in altri luoghi in genere nascondono una debolezza che si cerca di nascondere attraverso un atteggiamento che vuole essere culturale, ma che in realtà è «politico».

MORERA: *È possibile arrestare il processo di crescita di una galleria e accontentarsi di quello che si è ottenuto, oppure questo vorrebbe dire tornare indietro?*

DE CARLO: Se si vuole affrontare la questione della pensione, ci si può fermare.