



In uscita per Johan & Levi Editore Museo S.p.A. *La globalizzazione della cultura* di Paul Werner, terzo volume della collana Arte / Economia a cura di Pier Luigi Sacco. Forte critica alla gestione museale in stile Tom Krens, e auspicio per un prossimo ritorno all'impiego di energie pure e competenti all'interno di quello che dovrebbe essere luogo di salvaguardia delle opere, volto a educare un pubblico oggi troppo avvezzo al merchandising.

Addentratevi dunque in questo libro come se seguiste una guida lungo una rampa dolcemente inclinata, passando a caso da un dipinto all'altro.

Ci indirizza personalmente alla lettura del suo scritto, come un poeta trecentesco, il critico Paul Werner – non per nulla specializzato in letteratura medievale – autore del terzo volume edito da Johan & Levi per la collana Arte/Economia.

Ex-guida del Guggenheim Museum di New York negli anni Novanta durante la gestione Krens in cui si sdoganò il rapporto simbiotico arte/business, modello esportato in molti musei del mondo, Werner racconta le criticità di un'esperienza vissuta dall'interno.

Museo globale, alla moda, con merchandising e ristoranti e sguardo fisso al profitto, o museo tradizionale, dove valgono le opere esposte che, in quanto manifestazione di bellezza – valore assoluto a cui nulla può essere aggiunto – rappresenterebbero la vera attrattiva della sede?

Werner contesta la gestione museale di Krens e pur riconoscendogli il genio di aver intuito che le opere d'arte *circolano come il denaro*, constata tuttavia che il suo modello non ha retto la prova di un decennio. Forse perché Krens non è arrivato mai a capire che il "capitale" rappresentato dalla collezione di opere d'arte è ben diverso dai buoni del tesoro e dalle banconote. Si pensa sia facile scambiarli, finché non arriva il momento di batter cassa.

Krens, scrive Werner, aveva elaborato una nuova concezione del museo senza avere alcuna concezione dell'arte, ma l'aveva concepito così meticolosamente, il suo museo, che all'inizio di questo secolo c'erano filiali del Guggenheim dappertutto: a Venezia, a Berlino, a Bilbao, a SoHo, senza contare i progetti falliti o rimasti incompiuti a New York, Las Vegas, Salisburgo, Rio, Taiwan e verosimilmente anche Guadalajara. Krens, l'"amministratore delegato" della cultura, era amato o odiato, a seconda dei casi, perché prometteva di fare per l'arte ciò che i mostri della Sacra Impresa facevano con l'economia globale.

Non è solo questo tipo di modello che piace poco a Werner, ma tutto un contesto di fattori: audioguide approssimative, conferenzieri e guide inesperte, neppure in grado di pronunciare correttamente i nomi degli artisti, critici saccenti e una gestione in cui nessuno, dall'alto, si perita di controllare la preparazione del proprio staff, la competenza dei propri uomini lasciati nelle sale a infarcire di banalità gruppi numerosissimi di visitatori scherzando per non saper pronunciare "Aleijadinho".

In breve: dov'è finito, in questi modelli, l'elemento culturale ed estetico? La cultura costa molto ma possiamo venderla meglio con i piatti del ristorante super-trendy annesso alla sede museale? E cosa dire poi delle strategie di rialzo dei costi per dare valore al museo agli occhi di un pubblico acritico?

Ancora oggi, mentre il valore d'uso dell'arte diminuisce, l'oppressione necessaria a far aumentare il suo valore di scambio non fa che crescere. Il MoMa alza a livelli stratosferici il prezzo del biglietto, e i visitatori non ne sembrano sorpresi. A Roma, la Galleria Borghese mette a punto un sistema bizantino di prenotazione e adunate di gruppo per i visitatori. Come in epoca post-tridentina, va così anche nell'era della nuova prepotenza: un tempo ti vendevano l'ingresso in Paradiso, oggi ti vendono l'impossibilità di accedervi.

In questo modello di museo globale semplicemente il museo non esiste più nell'accezione originaria, diventa *brand* votato solo al profitto, da raggiungere, non bastando i biglietti staccati all'ingresso, con vendita di penne cappellini e cdrom per portarsi a casa l'aura di un Rauschenberg, di un Haring, nella nostra epoca della benjaminiana "riproducibilità tecnica". Tutto si uniforma e si spersonalizza e il museo stesso perde l'identità di una volta: farsi garante estetico e culturale della validità di un percorso artistico, custodirne le caratteristiche e peculiarità al di fuori di un discorso legato agli introiti. Ecco, per Werner, il torto fatto all'arte: avere ridotto la godibilità di un'opera a un fatto di moda e di

profitto, che necessita di un apparato di richiamo laddove il museo tout court dovrebbe lanciare come richiamo l'esistenza di opere rimarchevoli, e educare il pubblico a chiedere questo e non altro.

Il futuro però non è nero: le competenze ci sono, lo spirito critico anche, la volontà nondimeno: *La questione, ora, è se io, i miei colleghi e gli altri riusciremo a sviluppare un nuovo modello di museo in grado di trattare il pubblico come un pubblico di lavoratori, non di consumatori, e l'insegnamento dell'arte come una sorta di lavoro simbolico: un lavoro dalla parte del produttore o del futuro produttore d'arte, ma anche dalla parte del visitatore e del fruitore del museo; a ridefinire, proprio così, a ridefinire l'accumulazione di sapere sull'arte e sulla produzione di abilità artistiche come un'altra forma di produzione, come un nuovo capitolo della lotta di classe.*

L'AUTORE

Paul Werner, nato in Francia, è artista e critico con un Master in Storia dell'arte e Critica d'arte e una Laurea in Letteratura medievale. Ha collaborato per nove anni in qualità di conferenziere con il Guggenheim Museum, attualmente collabora con la New York University per visite e corsi presso il Metropolitan Museum of Art, e insegna alla School of Visual Arts.

LA COLLANA

Nata nel 2009, la collana **Arte/Economia** intende esplorare le molteplici relazioni esistenti fra arte – in particolare contemporanea – ed economia nel senso più ampio del termine. Curata da Pier Luigi Sacco, la collana ha già in attivo *Arte contemporanea: costo o investimento?* di Karine Lisbonne e Bernard Zürcher, e *Imaginary Economics* di Olav Velthuis.

Segreteria di redazione Johan & Levi

Tel. 039 7390.330

www.johanandlevi.com

Ufficio stampa CLARART

Tel. 039 2721502

www.clarart.com

AUTORE **Paul Werner**

FORMATO **15x21 cm**

PREZZO **€ 12,00**

DATA USCITA **Novembre 2009**

COLLANA **Arte / Economia**

LINGUA **Italiano**

PAGINE **80**

ISBN **978-88-6010-057-3**