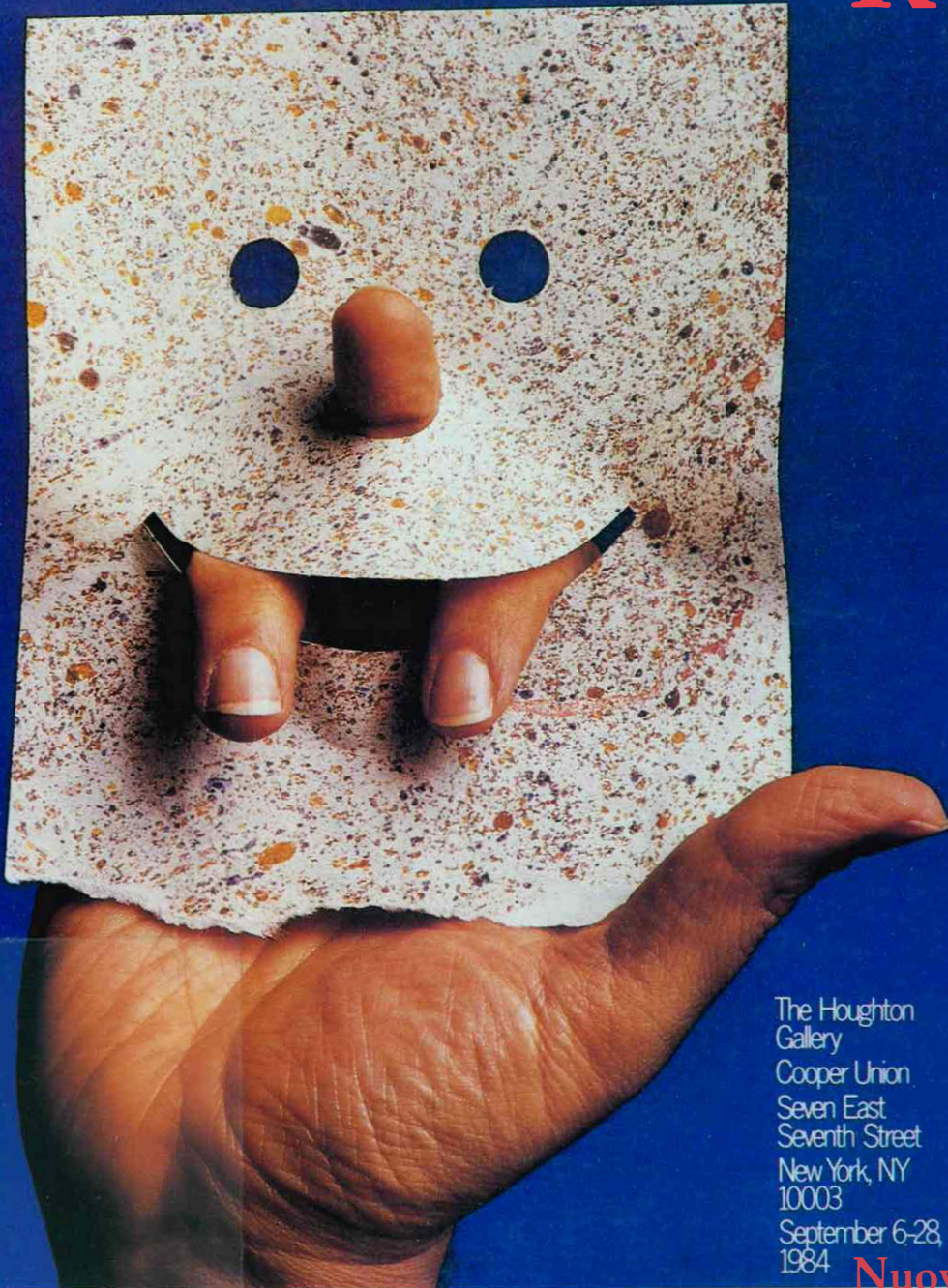


AN ALUMNI EXHIBITION CELEBRATING COOPER UNION'S 125th ANNIVERSARY

Milton Glaser

Arte Progetto Restauro



The Houghton
Gallery
Cooper Union
Seven East
Seventh Street
New York, NY
10003
September 6-28,
1984

Nuova Alfa Editoriale

CULTURALI

CA

L'economia delle mostre: il caso di Guercino

La mostra è una temporanea esibizione di opere d'arte, tenute insieme con il metro del paragone e del confronto, lo strumento principe della critica d'arte. La mostra è innanzitutto resa possibile dalla collaborazione di diversi musei e collezioni. Monografica oppure di scuola, la mostra si offre naturalmente al pubblico anche come concertato 'spettacolo' culturale, nel senso che essa consente di illuminare tutti gli aspetti importanti dell'artista, le sue opere più rare, i restauri più chiarificatori. La mostra è — o dovrebbe essere — uno strumento tipico del museo per attuare una parte della sua strategia culturale. In effetti, nella mostra il museo moderno ha messo in sperimentazione molte sue virtù che — in condizioni di normale quotidianità — non riesce purtroppo a sottolineare e ad esaltare anche per la tradizionale carenza di mezzi.

A cominciare da una data simbolo, ma fittizia, come il 1930, le esposizioni d'arte antica e meno antica, anche limitatamente alle scuole italiane, sono diventate migliaia. Esse sono entrate nella vicenda storica e negli strumenti bibliografici con i loro cataloghi, belli o brutti, leggeri o pesanti che siano. Alcune città, come Venezia, Firenze, Bologna, e poi Milano, Napoli e altre ancora, hanno dato fondo alla loro storia e quasi esaurito cicli interi della pittura storica o di tradizione. E tuttavia il notevole dinamismo determinato dalle attribuzioni e dai restauri, incoraggiato spesso dal mercato e dal collezionismo, e infine — se possibile — coordinato dai musei e dalle università, sembra chiedere e insieme consentire nuove iniziative, nuovi confronti. Sempre che, ovviamente, non si incrementino danni alle opere. In ogni caso, le tavole dipinte sono ormai fuori di ogni tentazione, e una perfetta valutazione igienica deve imporsi comunque di fronte a progetti talvolta scomposti, talora velleitari, spesso trascurabili o quasi folklorici.

Eppure, la mostra — se dotata di un concreto progetto culturale — regge alla richiesta didattica e divulgativa più recente, che non può essere delusa. E d'altra parte, la esposizione ragionata e confrontata di opere che mai hanno colloquiato tra loro, neppure tra le mani dell'artista che le ha dipinte, è occasione sensazionale, imparagonabile. Molti critici che denigrano l'evento in se stesso, piuttosto che additare casi concreti, non hanno evidentemente necessità di attivare lo strumento insostituibile del paragone, non avendolo mai usato...

Nello stesso tempo, la mostra è occasione organizzativa che come ogni impresa deve essere vista nei suoi costi raffrontati ai benefici che se ne possono trarre anche in sede economica. Un errore economico porterebbe — per giunta — ad un disagio tecnico, e perfino ad una pericolosità di condotta capaci di mettere in dubbio la buona conservazione dei dipinti esposti. Per questo, è indispensabile che alla base del progetto ci sia un coordinamento molto solido di finanziamenti: un'autonomia, in

sostanza, paragonabile a quella di un aereo che può tornare con le proprie forze all'aeroporto di partenza in qualunque momento del suo tragitto.

Poi, sul progetto espositivo possono accedere gli sponsor, e solo dopo essersi garantiti quell'autonomia istituzionale di cui si diceva dianzi. La letteratura sull'argomento è vastissima e si confida davvero che lo Stato italiano voglia potenziare, tramite la legge 512, il sistema che consente al «privato» di assegnare forze e finanziamenti alle iniziative d'arte e di cultura. Solo ricevendo sicurezza e tranquillità di mezzi finanziari, il museo potrà programmare con serenità gli appuntamenti espositivi. Basti ricordare che i grandi centri d'arte nel mondo, da Parigi a Londra, da New York a Los Angeles, da Berlino ad Amsterdam, possiedono ormai calendari perfettamente definiti per i prossimi 4 o 5 anni. Chi non avrà la forza culturale e il potere finanziario per inserirsi in quella metrica programmatica dovrà cessare di avanzare la propria proposta di «progettista» e di «organizzatore» di mostre: al massimo dovrà accontentarsi di riceverne di già confezionate. Con quale vantaggio per la ricerca e la dinamica culturale italiane, si può immaginare.

Una mostra, se ben organizzata ed allestita, forte di un progetto culturale e di una cospicua sostanza di disegno critico, è un motore di vantaggi diversi. Dobbiamo ricordare, qui, il vantaggio di incentivazione molto cospicuo che si ricava per i restauri (Guercino ha raggiunto e superato i 500 milioni di investimento, tutti privati); il consistente lavoro culturale che in diversi modi, dalla ricerca tecnico-scientifica alla didattica promozionale, si attua; l'apprendimento di servizi culturali e di sicurezza che, dal book shop alla guardiania ecc. si vien promuovendo; la collaborazione allestitiva di ditte specializzate che si aggiungono alle scarse, ma spesso molto serie forze autonome del museo (viaggi, accompagnamenti, sicurezza, assicurazioni, allestimenti, prenotazioni, dogana, ecc.); redazione e stampa, diffusione e promozione del catalogo critico e di ogni altra forma di comunicazione, fino alle didascalie ragionate e alla segnaletica di mostra; e infine l'indotto davvero enorme che si ripercuote sui servizi di accoglienza e di ristorazione della città.

In termini numerici, questi ambiti devono essere paragonati a quantità di visitatori — oltre che alle loro qualità crescenti — che superano di norma le 100 mila unità, per attestarsi intorno alle 145 mila (Guido Reni, 1988). Anche esposizioni di valore più sperimentale e di «scoperta» nell'opinione corrente portano a valori molto consistenti (G.M. Crespi, 1990: 45 mila), specie se si valuta correttamente il valore decisamente qualitativo che possiede un pubblico capace di «esplorazione» e dunque di capacità e di esperienza non paragonabili a quelle del pubblico di agenzia.

a.e.