

## **COVID / Coronavirus:**

### **Mercato dell'arte, quo vadis?**

Corona afferra il mondo in una morsa, minaccia di soffocarci. Un piccolo, invisibile, brutto virus si sta rivelando molto più forte, molto più efficace e molto più potente di tutti i giganteschi, magnifici e impressionanti simboli e icone del nostro sconfinato mondo dei consumi, del nostro sfrenato liberalismo e della nostra sfrenata globalizzazione. Il vaso di miele dorato alla fine dell'arcobaleno si è spostato in lontananza.

We shall overcome, senza dubbio. Ci aggrapperemo a questo brutto guastafeste e ci libereremo dai suoi artigli; e più agiamo insieme e in solidarietà, più velocemente e con meno dolori e danni ce la faremo. Tuttavia, ci vorrà molto più tempo per far guarire le ferite e le cicatrici. Non potremo semplicemente tornare alla vita di tutti i giorni come se nulla fosse accaduto, la rottura è troppo grande; ci sarà un "prima" e un "dopo" Coronavirus.

Cosa succederà quando sarà finita? Filosofi e pronosticatori vedono l'umanità affrontare un futuro oscuro e persino pericoloso. Il pensatore italiano Giorgio Agamben la mette così: "Il virus infetta non solo gli individui, ma la società nel suo complesso". Certo che ha ragione. La fazione pessimista avverte che la paura ci rende egoisti e selvaggi. Coronavirus ci dà davvero motivo di disperazione? Oppure, nonostante il suo brutale regno del terrore, non potrebbe avere l'effetto opposto? La risposta è solo nostra.

Perché la società dopo Coronavirus dovrebbe essere più egoista della società prima del virus? Ancora più egoista, si potrebbe dire. Perché non era già egoista nel bel mezzo di una sovrabbondanza che nascondeva questo egoismo permettendo a tutti di ottenere ciò che ci piaceva? I simboli dell'era pre-Corona erano la nave da crociera con 6000 passeggeri nella laguna poco profonda di Venezia, meraviglia del mondo, o i ruggenti party dei ricchi e belli, sui loro yacht a Mykonos, a poche onde azzurre di distanza da profughi disperati che combattono per la loro vita su gommoni sgangherati: brutale, primitivo, prepotente. La totale disponibilità di tutto, per tutti e ad ogni ora ha portato ad un totale deprezzamento della bellezza e del valore. Volgarità, decadenza e spietatezza come segno di un'epoca.

Un numero letteralmente infinito di persone in tutto il mondo lavora attualmente per le persone che sono infette o esposte al virus. Il loro aiuto viene fornito a scapito della propria sicurezza. Medici, infermieri e badanti anonimi lavorano allo stremo delle loro forze, giorno e notte. Semplici camionisti, magazzinieri e cassiere di supermercati fanno instancabilmente di tutto per garantire il nostro approvvigionamento. I governi e le autorità, spesso acclamati come ostacoli al neoliberalismo che presumibilmente risolve tutti i problemi da solo, stanno facendo spuntare da un giorno all'altro gigantesche misure di emergenza medica, sanitaria ed economica. Anche nella vita di tutti i giorni le persone aiutano altre persone, mostrano considerazione, accettano misure drastiche, le spiegano ai loro figli. Insieme l'uno con l'altro nella lotta contro il virus, insieme l'uno con l'altro nel far fronte alla catastrofe, insieme l'uno con l'altro l'uno per l'altro.

Dovremmo usare lo shock virale, nonostante la paura e il bisogno, anche per riflettere, su noi stessi, sul nostro futuro. ... questo anche nel mondo dell'arte, e ancor più nel mercato dell'arte. Il mondo dell'arte come una comunità globale basata sulla solidarietà, con valori più ideali e accademici e meno dettati dall'imperativo assoluto del mercato dell'arte? Il mercato dell'arte come polo internazionale responsabile, basato sul rispetto reciproco, la tolleranza e l'accettazione, invece che un gioco a somma zero, ognuno per se stesso, contro gli altri. L'arte come bene culturale autentico, profondo e ispiratore, e meno come oggetto speculativo ipocrita o prodotto di lusso alla moda? Tale intuizione cresce attraverso la paura e il bisogno, o anzi più precisamente: attraverso la resistenza contro questa paura e questo bisogno.

Una nuova era inizierà anche sul mercato internazionale dell'arte. Una volta che le strutture e i dogmi di successo saranno messi in discussione, l'innovazione acquisirà un significato e una necessità completamente nuovi. I tempi dell'avidità sfrenata per il profitto, per il potere e per i nuovi record saranno probabilmente finiti per molto tempo a venire. Ciò che conta ora è l'umiltà, la coesione e il senso di responsabilità: Equilibrio invece di polarizzazione, pluralismo invece di monopolizzazione, partecipazione invece di esclusione, unificazione invece di separazione, sostenibilità invece di rapido richiamo dell'attenzione, profondità invece di superficialità, dialogo invece di monologo, diversificazione invece di ripetizione ricorrente. Più lento il ritmo, maggiore l'attenzione, più forte la concentrazione sull'essenziale, più profonda la devozione.

Perché questo non dovrebbe avere successo? Il virus è estremamente contagioso, così come la paura... ma ancora più contagiosa lo è la speranza. L'uomo è un essere che impara, e anche in questi tempi difficili ed incerti, sta sviluppando qualcosa di più che solo un nuovo vaccino.

Lorenzo Rudolf



agency for visionary thinking, strategic  
planning, innovative acting

Lorenzo Rudolf

[www.peak-lorenzorudolf.com](http://www.peak-lorenzorudolf.com)

consultancy and support in the art world