

Come scegliere un manager culturale

Descrizione

Vicende

La nomina di Jeffery Deitch a direttore del MOCA nel giugno 2010 ha motivazioni ben precise e strettamente connesse con la città di Los Angeles e uno dei suoi personaggi più importanti: il *businessman* Eli Broad.

Nato a New York da genitori di origini ebraico-lituaniche, Broad si trasferisce con la famiglia a Detroit dove frequenta le scuole con notevole profitto, diventando il più giovane *accountant* del paese. Una mente brillante e naturalmente portata agli affari gli hanno permesso di diventare nel giro di pochi decenni uno dei più ricchi uomini d'America. Ma ciò che lo ha reso famoso è la sua rinomata attività di filantropo e magnate. Trasferitosi in California, sin dagli anni '70 Broad e sua moglie cominciano ad investire in arte, consigliati, tra gli altri, dal gallerista-squalo Larry Gagosian. Inizialmente collezionano opere di maestri come Picasso e Matisse per poi passare ai contemporanei americani del dopoguerra, con Jasper Jones, Jeff Koons e Ed Ruscha. Da qui, il loro impegno è aumentato esponenzialmente, con la sponsorizzazione di musei, scuole, ricerche scientifiche, progetti di rigenerazione urbana.

Los Angeles, grazie alle donazioni della famiglia Broad, ha visto il compiersi di alcune fra le sette meraviglie dell'architettura contemporanea. La Disney Hall disegnata da Frank O'Ghery, il LACMA (di cui un'ala, il Broad Contemporary Art Museum at LACMA disegnato da Renzo Piano, ospita solo opere derivanti dalla collezione privata della famiglia Broad), il MOCA (di cui Broad è uno dei fondatori), il grandioso progetto Grand Avenue che prevede la rigenerazione dell'area di Downtown di Los Angeles e la creazione di nuovi edifici tra i quali il The Broad, museo-archivio dell'intera collezione privata.

Nelle intenzioni di Broad tali interventi dovevano servire a trasformare Los Angeles nella nuova Mecca del contemporaneo, togliendo il primato alla città di New York. Una volontà che ha profondamente rimodellato l'immagine della città, facendo emergere il ruolo rivestito dell'"arte" in un contesto urbano storicamente dominato dal potere dell'industria cinematografica e dell'entertainment in generale, da sempre spine dorsali dell'economia cittadina.

Il progetto visionario di Broad pur con i suoi limiti ha avuto il merito di introdurre Los Angeles tra le mete dell'arte mondiale, generando migliaia di posti di lavoro e sostenendo progetti per l'educazione e la ricerca. In poche parole, ha migliorato sensibilmente la vita dei losangelini creando occupazione ma soprattutto favorendone l'accesso all'arte e alla sua scoperta. In questo scenario si inserisce alla perfezione la figura di Jeffrey Deitch, gallerista-*businessman*, mentore di moltissimi artisti ultracontemporanei ora invitati nei musei di ogni dove.

Fondatore della Deitch Gallery di New York, Deitch è stato un importantissimo *consultant* per le migliori collezioni di arte contemporanea al mondo, oltre che curatore della collezione del Mori Building Company di Tokyo e del Mori Art Museum and the Roppongi Hills Public Art Project. Gallerista lungimirante, Deitch ha spesso puntato su progetti a dir poco folli o su artisti emergenti e semiconosciuti. Progetti culturali che miravano anche all'inclusione della comunità circostante, come la Deitch Parade che ogni anno sfilava per le strade della città coinvolgendo oltre 3000 spettatori; oppure i concerti, le feste aperte a tutti, e le performance artistiche a fondo perduto.

Ma la fama del gallerista è legata soprattutto all'aver scoperto e lanciato molti artisti ora considerati delle superstar: da Jeff Koons a Basquiat negli anni '80, passando per Vanessa Beecroft, Mariko Mori e Yoko Ono, fino ad arrivare al nuovo millennio con il fotografo Terry Richardson, Dash Snow (esposto di recente anche al MACRO di Roma), agli *street artists* Barry Mc Gee, ESPO, Swoon, e RETNA.

Street art

A Mr. Deitch probabilmente si deve l'ascesa ad uno status più "formale" della *street art*. Fino alla fine degli anni '90 la corrente veniva considerata solo una sub-cultura molto poco attrattiva per il sistema ufficiale dell'arte contemporanea, mentre ora vive il suo momento d'oro con mostre nei maggiori musei del mondo, progetti che ricevono finanziamenti pubblici, gallerie affermate che fanno a gara per gli artisti da esporre e soprattutto Sotheby's che ha introdotto nelle sue aste lavori di Banksy e colleghi, regolarmente venduti a prezzi stratosferici.

Diversi sono stati i progetti di *street art* finanziati a fondo perduto dal gallerista di New York, come le zattere di Swoon, che arrivò all'inaugurazione della personale navigando sulle sue strutture fluttuanti sul fiume Hudson (e la stessa performance venne poi ripresa alla Biennale di Venezia). Oppure con la super-installazione Street Market con la quale lanciò James Todd, ESPO e Barry Mc Gee, i quali costruirono una riproduzione di un tipico block di New York, consumato, sporco, pieno di vite vissute e di riferimenti al degrado tipico delle aree periferiche delle grandi metropoli americane.

Nel 2009 il bilancio finanziario del MOCA, il Museo di Arte Contemporanea regalato da Eli Broad alla città di Los Angeles, segnava un disastroso conto in rosso per milioni di dollari. La crisi finanziaria che dal 2008 ha colpito tutto il mondo partendo proprio dagli Stati Uniti, aveva drasticamente ridotto le donazioni dei *supporters*, come si era giustificato al tempo l'allora direttore Strick riguardo al deficit dell'istituzione (che si regge per oltre l'80% su donazioni private). Con una spesa superiore ai 20 milioni di dollari annui e un aumento dello staff da 13mila a 20mila dipendenti nell'arco dei 9 anni retti da Strick, il Museo è stato salvato dallo stesso Eli Broad grazie a un finanziamento pari a 30 milioni di dollari.

Dopo le dimissioni di Strick da direttore del MOCA a fine 2008, la scelta è ricaduta nel 2010 su Jeffrey Deitch, primo art dealer privato di fama mondiale ad essere nominato direttore di un Museo. Tra le motivazioni date da Broad e dagli altri membri del *Board of Trustees* riguardo la scelta del gallerista americano, spiccano soprattutto quelle legate a motivi curatoriali grazie alla creazione di mostre innovative presentate nei musei di tutto il mondo. Nel documento ufficiale rilasciato dal MOCA stesso sulla

nomina del nuovo direttore, vengono citate anche l'innovazione portata nel design dei cataloghi, con l'introduzione del concetto di "visual essay" (saggio visivo). Nella stessa dichiarazione emergono anche le motivazioni legate più ad un aspetto manageriale: come l'aver costituito la fondazione della Citibank Art Advisory & Art Finance practice, l'essere stato editor di Flash Art, e l'aver conseguito un brillante M.B.A. alla Harvard Business School.

Deitch comunicò subito di essere estremamente onorato dell'incarico e soprattutto molto eccitato all'idea di avere un ruolo preminente nel fare del MOCA e della città di Los Angeles l'ombelico del mondo dell'arte. Sapendo di essere nel mirino, si apprestò a dichiarare che come *businessman* di successo avrebbe lavorato con il budget ridotto imposto per risanare il debito senza che la qualità delle mostre organizzate ne avrebbe risentito, o che venisse compromessa la reputazione dell'intero Museo. "Potrei mai organizzare una mostra con le opere di artisti che sto pensando di vendere? Non potrei mai, non sarebbe appropriato", assicurando che il bene del Museo viene prima del personale arricchimento del suo direttore-collezionista-ex gallerista-*consultant-dealer* di fama mondiale per il mercato di seconda mano di opere.

Molti degli artisti che lui ha curato personalmente e lanciato nello *star business* dell'arte contemporanea hanno partecipato ad uno dei più grandi progetti di *street art* museale presentato al MOCA nella primavera del 2011. Dopo una serie di mostre non particolarmente attrattive, come selezioni ragionate per tema dalla collezione permanente, il 17 Aprile 2011 Deitch inaugura un nuovo show che mette in mostra tutta la sua conoscenza dei nuovi movimenti contemporanei e dei fenomeni culturali emergenti: "Art in the Street".

"Art in the Street" è lo show in cui si ripercorre la storia della *street art* a partire dai primi graffiti apparsi a New York sul finire degli anni '70 ad opera dei nomi storici del movimento (Dondi, Lady Pink, Futura etc etc), attraversa gli anni '80 e '90 con Keith Haring e Kenny Sharf (entrambi hanno gravitato attorno a Deitch) fino agli anni 2000 con McGee ed Espo, per arrivare ai contemporanei come Swoon, l'onnipresente Obey, Os Gemeos e soprattutto il geniale e imprevedibile Banksy.

Accanto alle opere dei più importanti esponenti del genere, Il MOCA ha proposto un grandioso allestimento con installazioni imponenti (lo Street Market già presentato da McGee, Espo e Todd alla Deitch Gallery, la sala personale dedicata a Swoon oppure le due macchine disegnate da Sharf e Haring), documenti fotografici e video originali dagli anni '70 in poi, la riproduzione della Fun Gallery di New York, una delle primissime gallerie che agli albori della corrente aveva dato spazio ai graffiti e alla *street art*. Un murales di Roa e lo shop totalmente rivestito per l'occasione con l'arte di Obey completavano lo spettacolare evento.

Ma il fiore all'occhiello della mostra era senza dubbio la sezione dedicata a Banksy, con circa una quindicina di quadri e diverse sculture-installazioni alla sua unica maniera: una telecamera-mamma uccello che in un nido si prende cura dei suoi piccoli- telecamere anch'essi; una pressa da cui esce solo un palloncino, a far intendere un disastroso incidente; e poi i suoi quadri, non sempre facili da vedere in terra d'oltreoceano (rarissimo che le gallerie americane riescano ad avere suoi quadri originali che non siano di secondo mercato - e quindi rivenduti dai collezionisti stessi).

"Art in the Street" è stata un'esposizione molto discussa e criticata poiché "ufficializzare" con una mostra museale i graffiti e quindi l'arte di strada significa sotto un certo punto di vista legalizzarla, quando ancora molte città d'America, prima fra tutte New York, ingaggia una lotta serratissima con *street artists* e simili, con milioni di dollari spesi per "ripulirne" i muri. Il Brooklyn Museum di New York, che doveva ospitare la seconda tappa della mostra nel marzo del 2012, ha dovuto cancellare lo show, adducendo come scusa quella della mancanza di fondi, ma probabilmente temendo un cattivo ritorno di immagine con la stampa newyorkese (che in più di un caso aveva ciecamente stroncato senza pietà l'esibizione) e con i propri *supporters*.

Il 10 Agosto 2011 il MOCA rilascia un comunicato stampa riguardante i dati della mostra appena conclusa: oltre 200mila visitatori hanno visitato il museo, facendo di "Art in the Street" la manifestazione più visitata nella storia del MOCA. Grazie al sorprendente risultato raggiunto, il MOCA - dopo la crisi buia in cui si era trovato - per

il 2011-2012 si aspetta di raddoppiare il proprio numero di visitatori annui. 2.486 persone hanno visitato quotidianamente la mostra pagando un biglietto di 10 \$ e facendo anche diverse ore di fila, così come era avvenuto anche per gli altri eventi epici di *street art* nei musei: Street Art alla Tate Modern e Banksy al Bristol Museum. Per non parlare dell'introito dello shop del museo (per il quale c'era una fila di attesa di oltre un'ora) e dell'indotto dell'intera area circostante, Little Tokyo, presa d'assalto dai visitatori che hanno consumato pasti e usufruito di servizi.

È importante sottolineare che la mostra è stata a ingresso gratuito non solo durante il giovedì pomeriggio, giorno canonico di gratuità per il MOCA, ma anche ogni lunedì per gentile concessione di (Sir) Banksy. Come era già accaduto per la sua mostra personale a Bristol, l'artista ha permesso un nuovo intero giorno di gratuità, sostenendo che "Non ritengo giusto che si debba pagare per vedere graffiti. Si deve solo pagare se si vuole eliminarli".

Con i successi raggiunti ed i nuovi *supporters* e donatori che Deitch con la sua politica ha convertito alla causa del MOCA, il Museo ora ha un futuro (per lo meno il prossimo), meno in rosso e più roseo. Utilizzando sapientemente le proprie conoscenze e parlando una lingua decisamente meno aulica di quella del suo predecessore, Deitch ha giocato in casa, proponendo un tipo di arte che lui stesso ha promosso sin dagli inizi e coinvolgendo artisti della propria scuderia, ma ha decisamente vinto la partita. Se questo è un metodo per poter salvare le sorti di un intero museo, che ben vengano queste nuove tattiche di gioco. Chissà se i nostri musei e accademici riusciranno mai in una impresa simile, con le nostre mille istituzioni sempre sull'orlo del baratro.

Campi meta