**ANGELO CRESPI**

***Vicepresidente del MA\*GA***

***La* business art *di Andy Warhol \****

Come tutti tramandano, in modo quasi pedissequo, negli anni Cinquanta del Novecento il filosofo tedesco Walter Benjamin, interrogandosi sull’arte nell’epoca della riproducibilità, concluse il proprio ragio­namento prevedendo la prossima, certa, irrimediabile perdita dell’aura dell’opera. Così non è stato: Andy Warhol negli stessi anni dimostrò che poteva produrre in serie e con mezzi meccanici, per esempio la se­rigrafia, riuscendo a trasferire in ogni sua riproduzione sufficiente aura da farne ontologicamente un originale e venderlo come tale. La riprova, se ce ne fosse bisogno, è il record assoluto per un moderno, stabilito nel maggio del 2022 da una delle sue celebri *Marilyn*, battuta all’asta da Christie’s a New York per la cifra *monstrum* di 195 milioni di dollari, al cambio attuale 185 milioni di euro. Il quadro, dal titolo *Shot Sage Blue Marilyn*, fu dipinto nel 1964 e rappresenta il volto della celebre attrice hollywoodiana morta suicida nel 1962. A comprarla il gallerista Larry Gagosian, presente nella sala del Rockefeller Center, che si è aggiudicato, non si sa se per sé o per un cliente, l’opera dopo una breve battaglia a colpi di rialzo durata appena quattro minuti. L’*hammer price* è stato superiore di quasi 20 milioni di dollari al prezzo pagato nel 2015 per *Les Femmes d’Alger* di Picasso; più in giù restano Van Gogh (163,4 milioni), Modigliani (162 milioni), Bacon (158,2 milioni). Il quadro faceva parte dell’eredità dei fratelli Thomas e Doris Ammann, galleristi di Zurigo, e i proventi della vendita sono andati in be­neficenza alla fondazione eponima che si occupa di progetti per l’infanzia.

Detto ciò, tralasciando lo stupore neppure così grande per il prezzo spuntato visto che la stima si aggirava sui 200 milioni, resta da capire come e perché quest’opera possa essere diventata la più pagata del Novecento e solo la seconda in assoluto di sempre, dopo l’incredibile record di 450 milioni di dollari di Leonardo da Vinci e del suo *Salvator Mundi*. Solo che il Leonardo era un unicum, su cui peraltro gravano parecchi dubbi di attribuzione, mentre della stessa serie di *Marilyn* (ciascuna della medesima dimensione, 101,6 × 101,6 cm) se ne contano ben cinque con diversi sfondi: rosso, arancione, turchese, blu, verde salvia (quello passato in asta). Certo, l’opera ha una storia particolare: rappresenta l’attrice ritratta in un cartellone pubblicitario già celebre del film *Niagara* (1953) di Henry Hathaway. Warhol raffigurò molte volte l’attrice, ma nel 1964 sviluppò una particolare tecnica serigrafica, più raffinata e costosa delle precedenti tecniche, con cui ne produsse solo cinque, in parte contravvenendo all’idea della massima riproducibilità. Il nome *Shot Marilyn*, cioè “Marilyn sparata”, è frutto di un avvenimento quasi da leggenda. Un giorno l’artista Dorothy Podber visitando la Factory chiese il permesso di sparare a una pila di tele e Warhol, fraintendendo “shot” che può significare sparare o fotografare, glielo accordò, così che l’amica effettiva­mente conficcò un proiettile nella fronte di Marilyn. Per paradosso non in quella venduta color salvia, che era appoggiata altrove e che beneficia della fortuna di essere “sparata” pur non essendolo. Si dice che da quel momento Warhol impedì a Dorothy ogni visita, in questo caso non intuendo che la casualità, il gesto folle, la performance ulteriore avrebbero potuto rendere ancora più preziosa, in quanto unica, l’opera.

Forse però tutto questo non è sufficiente a spiegare il successo di Warhol, che da subito comprese le dinamiche del mercato dell’arte, piegandole a proprio vantaggio, un mercato che nel dopoguerra era costituito appena da quattrocentocinquantamila *happy few* nel mondo in grado di comprare arte e che ai giorni nostri, cresciuto a dismisura, conta stimati circa settantacinque milioni di collezionisti e acquirenti abituali. Da un lato, Warhol fu il primo artista che non coprì la venalità del fare arte come spesso si usa sotto coltri di retorica curatoriale, facendo invece una crasi tra successo economico dell’artista e successo culturale tout court, intuendo che l’insuccesso economico è anche un insuccesso culturale; dall’altro lato, non ebbe remore a raffigurare il denaro capendo che tra tutti i simboli della contemporaneità esso è il più potente: da qui la serie di opere che raffigurano la $ dei dollari, da qui il conosciuto *One Dollar Bill*, opera del 1962 che dette inizio a una lunga e fortunata teoria di opere dedicate al bigliettone verde. Questa tela, tra l’altro, è una delle pochissime di­pinte a mano, prima che il re della pop art sperimentasse la produzione seriale dei suoi quadri, ed è stata battuta qualche anno fa a Londra da Sotheby’s per la modica cifra di 20,9 milioni di sterline, pari a 24,4 milioni di euro al cambio attuale.

Tornando alla *Shot Marilyn*, Alex Rotter, presidente di Christie’s 20th/21st Century Art, aveva commentato: “Il più significativo dipinto del XX secolo, la *Marilyn* di Andy Warhol, è l’apice assoluto della pop art americana e la promessa del sogno americano che racchiude ottimismo, fragilità, celebrità e iconografia tutti insieme. Il dipinto trascende il genere del ritratto in America, superando l’arte e la cultura del Novecento. Accanto alla *Nascita di Venere* di Sandro Botticelli, alla *Gioconda* di Leonardo da Vinci e a *Les Demoiselles d’Avignon* di Pablo Picasso, la *Marilyn* di Warhol è categoricamente uno dei più grandi dipinti di tutti i tempi”. Rotter, ovviamente, esagerava come ogni buon venditore e gli accostamenti sono libere associazioni e poco sensate.

(…) Più in generale, Warhol, al pari di Picasso, produsse una quantità di opere sufficienti a incrociare un mercato che, come abbiamo detto, si andava ampliando con l’affermarsi della società dei consumi e dei mass media; in questo senso, la pop art, sia per la semplicità formale ed estetica, sia per la semplicità del messaggio, assolveva il bisogno e il gusto di un pubblico più va­sto che si riconosceva nei miti e nei loghi raffigurati. Il numero di opere prodotte da Warhol, pressoché incalcolabile tra pezzi unici (pochi), serigrafie multiple (molte) e semplici multipli (infiniti), si aggira almeno sui quarantamila pezzi, in grado di coprire il mercato mondiale senza però saturarlo: di fatto, oltre allo slogan “chiunque sarà famoso per quindici minuti”, Warhol capì che ogni ricco del mondo poteva permettersi e dunque acquistare una sua opera.

Il numero di opere circolanti e la loro immediatezza estetico-concettuale hanno un’ulteriore conseguenza: da molti anni Warhol è stabilmente primo nella classifica per numero di mostre in istituti pubblici e gallerie a lui dedicate ogni anno (il secondo artista è Picasso), i dati *pre* Covid dei più accreditati report internazionali indicano precisamente questa primazia. Nello specifico, tanto per esemplificare: centottantanove mostre nel 2006, duecentoquindici nel 2007, duecentoventicinque nel 2010, duecentoventi nel 2012, centottantatré nel 2016, centoquarantatré nel 2017. Dati im­pressionanti, che influiscono sul mercato: pur con l’aumento della comunicazione digitale e dei social, l’esibizione fisica resta la chiave per mediare l’arte e farla conoscere, nonché per accreditare culturalmente l’artista e promuoverlo nei confronti del collezionista. Questa promozione culturale si riflette sul prezzo delle opere e sulla quota di mercato, così che non solo un’opera di Warhol è record di sempre, ma la quota di mercato dell’artista nel settore *postwar* delle aste internazionali – il 3% in termini di valore nel 2016, il 4,4% nel 2017, il 3,4% nel 2018 e circa l’1% stabile in termini di volume – lo pone ai vertici anche di questa particolare classifica. Che a sua volta si riflette nel fatto che ogni anno Warhol, *Marilyn* a parte, è presente con una o più opere nella classifica dei venti top price dell’anno nelle aste: per esempio, nel 2017 compariva al secondo posto con *Sixty Last Suppers* (63,3 milioni di dollari), al nono posto con un *Mao* (32,4 milioni), al tredicesimo posto con una *Big Campbell’s Soup Can* (27,5 milioni).

Gallarate (VA), 19 gennaio 2023

**\* Estratto dal testo in catalogo Nomos**