

Indice

1	Introduzione	2
2	Dipingere per il mercato: uno sguardo al passato	4
2.1	Il Rinascimento e il Rococò in Italia	5
2.1.1	Una visione generale	6
2.1.2	Il mercato della Repubblica di Venezia: un'analisi quantitativa	9
2.2	Il secolo d'oro olandese	10
2.2.1	Frans Hals	13
2.2.2	Modalità d'asta	17
2.2.3	Moda, reputazione e cifra stilistica	18
3	Arte moderna e contemporanea	21
3.1	L'impressionismo	22
3.2	Picasso e gli anni '20	23
3.3	Gli anni '50	24
3.3.1	Analisi formale	25
4	Una prospettiva più ampia: osservare i processi creativi da un punto di vista economico	31
5	Conclusioni	35
	Bibliografia	37

Capitolo 1

Introduzione

Vasari nel 1568 scrisse che se nel suo secolo ci fossero stati abbastanza profitti e ricchezza, si sarebbero create migliori e più importanti opere di quelle dei grandi maestri del passato. Con tale affermazione Vasari si pone come precursore della teoria economica della storia dell'arte. Evidenzia infatti come alla base delle grandi innovazioni artistiche rinascimentali vi fosse prima di tutto una solida base economica. Suggestendo l'intuizione secondo cui alla base del mercato dell'arte vi fosse la circolazione di denaro e ricchezza, quindi, per estensione, che il mercato fosse florido e competitivo. Sicuramente la presenza di numerosi committenti facoltosi ha fatto sì che il mercato dell'arte dell'epoca si sviluppasse in maniera concorrenziale.

Questo accadeva nel passato come accade ancora più chiaramente oggi, quando le notizie riguardo le esorbitanti somme pagate per alcuni Koons o per i sorprendenti Banksy sono di dominio pubblico. Le nuove nozioni di capitale tendono sempre più a concezioni immateriali.[1] Nel lessico economico contemporaneo circolano ormai ampiamente termini come capitale umano, culturale, simbolico. Ed è in questo frangente che lo studio del mercato dell'arte può risultare essenziale. L'arte è per antonomasia campo della più radicale innovazione e creatività. Ma questo carattere innovativo sta sempre più instaurandosi all'interno della società tutta. Perciò alcuni parlano oggi di un'economia della creatività, si veda ad esempio John Hawkins. L'innovazione si staglia come fonte principale della crescita economica ma ancora oggi sappiamo molto poco a riguardo. Più di ogni altro economista del XX secolo Joseph Schumpeter ha rivolto il proprio interesse verso l'innovazione, ponendola al centro di tutta la propria teoria economica. La sua ricerca si pone a metà fra scienze economiche e sociologia, analizzando vari punti di

vista.[2] Schumpeter mette in luce come l'innovazione sia intrinseca della società capitalista e ne sia alla base. Non si tratta per Schumpeter di un fattore esogeno o residuale bensì di una caratteristica essenziale di essa, portando con sé il potere di rinnovare l'assetto economico. È "il processo di distruzione creatrice alla base del capitalismo". L'innovazione secondo Schumpeter si pone quindi come un carattere essenziale delle economie capitalistiche.

Questa tesi si pone quindi l'obiettivo di cercare di analizzare specifici mercati dell'arte e di come si sia arrivati alle grandi innovazioni che li contraddistinsero. Inizierò la mia analisi guardando al passato, con una descrizione del mercato dell'arte della Repubblica di Venezia e poi una successiva del mercato dell'Età d'oro olandese. Proseguirò poi con un'analisi del mercato dell'arte moderna europea e americana. Questi mercati sopracitati sono caratterizzati da un'estrema competizione, che si pone da catalizzatore dell'innovazione a livello artistico.

Da un'analisi specifica del mercato dell'arte vorrei poi spostarmi verso un discorso più generale. L'innovazione che si crea nei mercati concorrenziali è spinta principalmente dalla grande competizione. Innovazione che ha le sue origini da un processo creativo mentale. Diversi studi sottolineano come siano riconoscibili degli schemi all'interno del processo creativo a livello individuale. In questo frangente può risultare interessante lo studio del singolo e non della collettività, come solitamente accade per studi a livello microeconomico. La ricerca di Galenson in questo panorama risulterà essenziale. L'innovazione si crea a livello individuale, e questo nel mondo dell'arte è chiaro e riconosciuto. Ecco perché lo studio del mondo dell'arte o dei singoli artisti potrebbe risultare essenziale per una eventuale ricerca di *pattern* innovativi. L'innovazione infatti, come già specificato, è motore essenziale dell'attuale realtà economica. Lo studio dei processi creativi ed eventuali individuazioni di svolgimenti simili fra loro potrebbe portare giovamento a vari aspetti della nostra società, alle modalità di fare impresa. Riconoscendo eventuali schemi comportamentali di soggetti o gruppi creativi potrebbe dare la possibilità di studiare metodi efficaci per aumentare i potenziali della creatività e accelerare il progresso.

Capitolo 2

Dipingere per il mercato: uno sguardo al passato

Abbiamo citato le relazioni di mercato dei secoli scorsi e di come sia importante la presenza di un mercato concorrenziale per l'innovazione artistica. L'arte, come ogni forma creativa, avanza tramite innovazioni. Ma cosa c'è davvero alla base di queste innovazioni e qual è la relazione fra domanda e innovazione? Il contesto economico nel quale gli artisti operano influisce sulle strategie per raggiungere i loro obiettivi. La realtà economica e i vari meccanismi di scambio condizionano direttamente le intenzioni e motivazioni degli artisti. Per quanto il mondo accademico della storia dell'arte cerchi di distaccarsene e di analizzare in modo velato la realtà economica all'interno della quale gli artisti si muovono, l'arte contemporanea ne rende chiaro il legame.[3] Si tratta di una vera e propria industria. Tutto questo risulta piuttosto chiaro nel contemporaneo. Ma dati empirici mostrano come questi meccanismi siano radicati da secoli. Analisi di mercato e interazione dell'artista con questo sono fondamentali per capire il processo creativo e il risultante lavoro svolto. È necessario considerare nel processo creativo di innovazione anche i fattori economici che creano pressioni sugli artisti e ne condizionano la riuscita. È fondamentale riconoscere come il motore economico sia alla base di ogni azione umana e sia imprescindibile anche nell'analisi dell'opera d'arte. Perciò il mercato è degno di considerazione da parte degli accademici, sia per quanto riguarda l'arte moderna e contemporanea, sia per l'arte dei secoli antecedenti.

Per mercato dell'arte si intende un mercato in cui lo scambio dell'opera d'arte non è principalmente prodotta su commissione, ma secondo le leggi della

domanda e dell'offerta. Gli artisti che operano all'interno del mondo dell'arte realizzano le loro tele destinandole ad una clientela anonima piuttosto che di specifici committenti. Quanto agli acquirenti, essi sono in grado di acquistare dipinti nel laboratorio dell'artista come prodotti finiti veri e propri. Prendendo le mosse da una definizione di questo tipo, la storia del mercato dell'arte tende a coincidere con quella dello sviluppo economico e culturale dell'Europa. I primi segni di un mercato dell'arte iniziarono ad emergere nell'Italia del XIII e del XIV secolo, soprattutto nelle città fiorentine e del centro Italia. Già nell'Italia settentrionale del XV secolo le opere d'arte venivano spesso acquistate come prodotti finiti. I dipinti, specialmente quelli di bassa qualità e le copie, venivano esposti e venduti nelle fiere. Ma il mercato anonimo dell'arte non si estese ulteriormente fino al XVI secolo, anche se comunque in questo secolo in città come Firenze, Venezia e Mantova le committenze civili ed ecclesiastiche fossero di numero maggiore. Segni di una produzione orientata al mercato sono visibili a Bruges, che in virtù della grande domanda di beni artistici proveniente dalla corte di Borgogna, da una ricca borghesia mercantile, da una vasta comunità di mercanti stranieri e da un ampio e straordinariamente benestante ceto medio, divenne il centro d'arte più ricco e internazionale d'Oltralpe. Fu la Repubblica olandese ad assistere, nel XVII secolo, alla nascita di un mercato d'arte anonimo senza precedenti. Ciò fu il risultato di un'enorme crescita della domanda di dipinti: venivano prodotte circa 70000 opere l'anno, e con tali quantità di dipinti era possibile anche per gli artisti crearsi un proprio guadagno. [4]

2.1 Il Rinascimento e il Rococò in Italia

Durante il Rinascimento, i dipinti erano valutati in base alla qualità e all'originalità. Originalità che può trarre le sue radici nella stessa profittabilità, da una prospettiva Schumpeteriana. [5] Etro nella sua ricerca dispone un'analisi puntuale del mercato dell'arte italiano del tardo rinascimento (la seconda metà del 1500), del periodo barocco (1600) e del periodo del Rococò (primo 1700).

Il mercato florido italiano insieme a quello olandese saranno terreno fertile per grandi innovazioni artistiche. Italia e Olanda in questi anni sono centri propulsori dell'economia europea. Basando entrambe le nazioni le proprie economie sul commercio e su una grande capacità imprenditoriale, riuscirono a fiorire e reinvestire in modo proficuo le risorse disponibili. Venezia

riuscì ad affermare l'importanza dell'industria manifatturiera, che raggiunse l'importanza che aveva avuto il commercio sino a quel momento. L'economia del capoluogo veneto conobbe in quegli anni il suo apogeo. Ma questo vale anche per altri centri della nostra penisola, che popolati da cittadini colti e facoltosi riconobbero l'importanza di investimenti a lungo termine nel campo artistico. Investimenti da cui ancora oggi traiamo grandi profitti. In questo panorama si conobbero grandi innovazioni. Innovazioni avvenute in mercati competitivi e fortemente decentralizzati, in cui la domanda era alimentata spesso da gruppi privati di committenti. La floridezza di Firenze, Venezia, Roma e altre città italiane ha reso possibile una crescita dell'innovazione e che l'originalità fosse alimentata e premiata. Laddove i capitali circolavano liberamente e in maniera cospicua si sono create realtà artistiche di notevole spessore, ricordate e ammirate ancora oggi. La florida economia italiana del periodo rinascimentale ha fatto sì che si sviluppasse un certo fermento artistico che ebbe ben pochi eguali, a differenza di mercati in cui la domanda era centralizzata e controllata da un'élite ricca.

2.1.1 Una visione generale

Studiando il mercato dell'arte figurativa italiana del diciassettesimo secolo e, nello specifico, analizzando contratti originali fra committenti ed artisti risulta evidente che vari fattori di domanda ed offerta abbiano influenzato i prezzi. Fra questi fattori riconosciamo: il nome dell'artista che realizza l'opera (i), l'età di esecuzione (ii), la scarsità di reperimento sul mercato dell'opera in questione (iii), la raffigurazione del dipinto (iv), la destinazione ultima del dipinto (v), la disponibilità economica dei committenti (vi). Procediamo ora con un'analisi puntuale di questi sei fattori che influenzano il prezzo dei dipinti sia dal punto di vista dell'offerta (i),(ii),(iii) sia dal punto di vista della domanda (v), (vi).[4] In più, è necessario considerare ulteriori fattori contrattuali anch'essi influenti per quanto riguarda i prezzi dei dipinti. Dal punto di vista dell'offerta i prezzi dovrebbero crescere con la dimensione dei dipinti, anche se non in maniera proporzionale per via delle possibili economie di scala che venivano a crearsi. Un altro fattore dominante nella determinazione del prezzo risiede nella qualità attesa tipica di un certo dipinto compiuto da un certo autore, variabile dipendente dalla reputazione dell'artista condizionata al gusto dell'epoca.[6] Dal lato della domanda, fattore cruciale sono la tipologia dei compratori, la cui predisposizione all'acquisto influisce sui con-

tratti stipulati e di conseguenza sui prezzi dei dipinti. In più degna di nota risulta essere la posizione finale riservata al dipinto: la gerarchia degli spazi all'interno delle chiese e degli edifici e la sostituibilità con numerose altre tipologie di decorazioni potrebbe aver influito sull'inclinazione all'acquisto e in ultima istanza sul prezzo.

Il *focus* è su commissioni di grandi tele ad olio a sfondo mitologico e religioso, prodotte nei principali centri artistici italiani del diciassettesimo secolo. Analizzeremo le relazioni fra il prezzo del dipinto e un numero di variabili che caratterizzano lo stesso quali l'autore, i committenti e il contesto macroeconomico. Procediamo ora con l'analisi dei sei fattori sopraelencati, individuati come influenti sul prezzo dei dipinti. Per quanto riguarda i fattori che influenzano l'offerta, vale a dire quelli strettamente correlati con la figura dell'autore e dell'opera, è possibile constatare che i prezzi di equilibrio del mercato riflettevano i valori estetici attesi dei dipinti, che dipendevano fortemente dallo stile dell'artista. Sono quindi prezzi basati su valori estetici, edonistici. Oltre questo, viene mostrato come ci siano altri elementi tipici dell'offerta che influenzano il valore: infatti viene trovata una relazione concava e positiva fra il prezzo e la dimensione dei dipinti, testimoniando la presenza di economia di scala. Era infatti piuttosto frequente che gli artisti si cimentassero in opere di grandi dimensioni a cui venivano poi applicati sconti ingenti vista l'entità della rappresentazione in questione. Simultaneamente, così come accade per qualsiasi altra tipologia di bene, spesso si andava incontro a vere e proprie economie di scala, cioè ad una riduzione dei costi medi di produzione in virtù della crescita delle dimensioni della committenza.[7] Altro fattore importante era quello condizionato alla destinazione ultima dell'opera in questione. Infatti, è chiaro come un dipinto destinato ad una cappella privata o ad una parete frontale di una basilica dovesse presentare un prezzo maggiore rispetto ad un altro dipinto destinato ad una parete laterale di una chiesa di provincia.

Sempre dal punto di vista dell'offerta il prezzo dei dipinti differiva anche in base alla rappresentazione, o per meglio dire, al genere di appartenenza del dipinto. E' infatti noto come vi fosse una vera e propria gerarchia dei generi artistici, anche a livello di prezzi degli stessi. Vi erano diversi generi figurativi che si distinguevano non solo a livello visivo, esecutivo, ma anche in termini di prestigio e valore culturale. Le composizioni figurative erano all'apice e a scendere vi erano paesaggi, pittura di genere e nature morte. [8] Quindi gli artisti si dedicavano direttamente solo alle sezioni più complesse e soprattutto alle figure umane, in cui il loro stile era più chiaramente rico-

noscibile, delegando le restanti ai loro dipendenti. Di qui, l'abbondanza di figure umane corrispondeva a un più importante intervento diretto da parte dell'artista, perciò ad una maggiore qualità. Stabilire i prezzi secondo il numero di figure rappresentate divenne una procedura ricorrente durante i primi anni del seicento nella città di Bologna, in cui spiccavano le figure di Guercino e Guido Reni. Guercino, ad esempio, aveva un prezzo fisso di 100 scudi per la rappresentazione di una figura intera, contro i due o tre scudi che potevano ottenere pittori di più basso livello. Questa valutazione in base alla quantità di figure dipinte fonda in realtà le sue radici in una teoria economica di più ampio respiro, cioè quella dell'azzardo morale. I committenti infatti, dovettero trovare modalità efficaci per ottenere opere di indubbio valore. Una soluzione fu quella di includere nel contratto alcune caratteristiche quantitative verificabili per quanto riguarda la buona esecuzione del dipinto. Un potenziale candidato per questo tipo di verifica era il numero di figure umane rappresentate, di qui la posizione apicale delle rappresentazioni mitologico religiose complesse. Tale modalità può risultare semplicistica, poiché il numero non è coincidente con l'assoluta bontà dell'esecuzione, ma poteva esserne correlato e sicuramente risultava facilmente identificabile come *proxy* di qualità. Passiamo ora agli aspetti tipici della domanda. Fra questi identifichiamo subito un primo: la città di commissione del dipinto. Nel momento in cui si acquista un bene è possibile che il suo prezzo differisca da luogo a luogo, allo stesso modo questo è valido per i dipinti. Consideriamo infatti possibili differenziali nei prezzi in base alle città di provenienza. Le grandi città erano considerate come meglio paganti, fra le quali spiccava Roma. Nonostante questa convinzione dell'epoca, e in generale questo principio economico la grande mobilità degli artisti ci fa dubitare di questa affermazione. Dai dati osservati sui prezzi dei dipinti si nota grande similarità all'interno di una medesima regione o zona, si vedano ad esempio le valutazioni all'interno della Repubblica di Venezia o del centro Italia. Era quindi applicabile su vari livelli la legge del prezzo unico. Quindi la convinzione che città più grandi pagassero meglio non è verificata. Il mercato infatti risultava come altamente concorrenziale, e per tale motivo, in base ai dati sui prezzi dei dipinti, è possibile riscontrare questo principio economico. La legge del prezzo unico afferma che in assenza di barriere commerciali tra paesi, o in questo caso zone, in condizione di concorrenza perfetta se i prezzi di uno stesso bene di due paesi diversi vengono confrontati riportandoli entrambi nei termini di una stessa valuta, allora quei prezzi, in equilibrio, dovranno uguagliarsi. [9]

2.1.2 Il mercato della Repubblica di Venezia: un'analisi quantitativa

Procediamo ora con un'analisi a livello quantitativo di quanto finora detto. [10] In questa sezione ci concentreremo sul mercato dell'arte nella Repubblica di Venezia di cui disponiamo di numerosi dati, principalmente tratti dal lavoro di Spear e Sohm, che hanno raccolto informazioni su 254 pitture ad olio commissionate fra il 1551 e il 1746 da 61 artisti di ogni provenienza ma attivi nella Serenissima. Insieme ad altri dati noti si sono ottenute le seguenti informazioni per ogni dipinto: titolo, autore, dimensione del dipinto, numero di figure della composizione, destinazione del dipinto, committente, data della commissione e età dell'artista al momento di ultimazione dell'opera. Si sono costruite anche variabili che indicassero se il dipinto appartenesse a una commissione di molteplici opere, la città di destinazione e la reputazione dell'artista. Per esaminare il valore delle commissioni dei grandi maestri nella Repubblica di Venezia durante il periodo Barocco seguiamo gli standard edonistici della letteratura e regrediamo il logaritmo naturale dei prezzi di questi dipinti su una serie di caratteristiche di dipinti e artisti. Le variabili esplicative comprendono la dimensione del dipinto e il numero di figure in esso rappresentate. Viene considerato anche il metro quadrato così da osservare la presenza di eventuali economie di scala. In più, vengono inclusi un insieme di variabili indicatrici della destinazione del dipinto, del committente, e del luogo di esposizione. Un altro regressore è l'età dell'artista nel lasso di tempo di produzione dell'opera. In più, si considera anche fra le variabili esplicative l'anno in cui venne dipinta l'opera, così da considerare eventuali cambiamenti all'interno del mercato durante il periodo in analisi. La tabella 1 mostra i dati necessari per la costruzione di una regressione lineare.

L' R^2 è uguale a 77.4 per cento, quindi risulta adeguato e mostra una prima prova della presenza di uno schema fisso nella determinazione dei prezzi. I dipinti di maggiori dimensioni erano, ovviamente, più costosi: c'è uno scarto del 9 per cento per metro quadro. Inoltre, il coefficiente negativo non irrisorio è indicativo della presenza di economie di scala. Ogni figura dipinta ha aumentato il prezzo del dipinto di circa il 3 per cento. Come già menzionato la presenza di figure umane nel dipinto era correlata con la qualità ma al tempo stesso risultava più costoso per l'autore. Quindi, da un punto di vista economico, il prezzo del dipinto strettamente correlato alla quantità di figure era un modo indiretto per accertarsi di qualità. La tabella 1 mostra una lista delle variabili utilizzate nell'analisi empirica. Mediamente i dipinti

TABLE 1
SUMMARY STATISTICS: VENETIAN REPUBLIC

Variables	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.
Price (silver <i>scudi</i>)	193.50	245.83	5	2,306
Size (sq. meters)	12.42	14.15	0.4	84.8
No. of figures	9.77	9.40	1	59
Altar	0.41	0.49	0	1
Wall	0.48	0.50	0	1
Ceiling	0.11	0.32	0	1
Venice	0.41	0.49	0	1
Minor destination	0.22	0.42	0	1
Verona/Vicenza	0.15	0.36	0	1
Bergamo	0.05	0.22	0	1
Padua	0.04	0.20	0	1
Treviso	0.03	0.17	0	1
Exports	0.10	0.30	0	1
Religious commissioner	0.75	0.43	0	1
Age (years)	52.22	13.61	22	81

Figura 2.1:
Riepilogo dei dati osservati nella Repubblica di Venezia

avevano un prezzo di 193.5 ducati d'argento, erano più grandi di 12 metri quadrati e contenevano principalmente dieci figure. Tre quarti di questi erano commissionati da istituzioni religiose. Di questi, il 41 per cento erano destinati a Venezia, gli altri in altre città della Repubblica di Venezia fra cui Verona, Vicenza, Bergamo e Padova, Treviso. Circa un quinto erano destinati a piccole cittadine di provincia. Infine un 10 per cento erano destinati al Nord Italia in generale o a città estere. L'età media di esecuzione dei dipinti era sopra i cinquanta anni.

2.2 Il secolo d'oro olandese

Passiamo ora ad un'analisi di un contemporaneo mercato dell'arte, quello Olandese del 1600. Quanto specificato per il mercato italiano è comunque estendibile anche ad altri mercati, seppur ciascuno presenti proprie peculiarità. L'ambito economico olandese è quello di una nazione appena uscita da una guerra pluridecennale, che riesce a svincolarsi e a divenire una Repubblica. Al termine di una guerra con la Spagna lunga ben ottanta anni,

l'Olanda nel 1648 emerge come una nuova forza politica, culturale ed economica. [11]Una delle conseguenze dell'indipendenza della Repubblica fu il cambiamento nel bilanciamento nei poteri, che per la prima volta nella storia moderna del territorio olandese passarono in mano alla borghesia. Questo cambiamento ebbe grandi ripercussioni all'interno del mercato dell'arte. La nascita della società capitalista si ebbe in queste circostanze, l'abbondanza di risorse in tutta la società favorì enormemente il commercio di beni artistici. Tale esplosione fu necessariamente guidata dall'accumulazione di ricchezza delle famiglie borghesi dell'Olanda del tempo. Queste famiglie potevano ora permettersi di spendere parte del loro reddito in opere d'arte, per abbellire le loro abitazioni, contribuendo alla creazione di un mercato florido caratterizzato da una grande competizione e di conseguenza da grandi innovazioni. L'arte olandese del diciassettesimo secolo è stata lungamente riconosciuta come forma urbana distintiva dell'espressione visiva. In Olanda, le città in crescita erano luoghi per artisti e committenti, i soggetti dipinti erano la trasfigurazione di esperienze e aspirazioni dell'élite urbana borghese. Gli artisti più in voga all'epoca erano i "Caravaggisti di Utrecht" o i "Leiden *fijnschilders*" o ancora, più nel generale, attribuendo la loro opera alla "scuola di Haarlem" o allo "stile neerlandese". Tali pseudonimi non fanno altro che sottolineare un carattere nuovo e realista tipico delle scene di genere che renderanno la pittura olandese così famosa in tutto il mondo fino ai giorni nostri. [12]

La nuova Repubblica olandese era la nazione più prospera d'Europa e guidava il commercio, la scienza e l'arte europee. Sebbene le province neerlandesi settentrionali che componevano il nuovo stato erano state tradizionalmente centri artistici meno importanti delle città delle Fiandre a sud, le sollevazioni e i trasferimenti su larga scala della popolazione della guerra, nonché la rottura netta con le vecchie tradizioni culturali monarchiche e cattoliche, significavano che l'arte olandese doveva reinventare sé stessa. La pittura di soggetti religiosi crollò nettamente, ma crebbe un nuovo grande mercato per tutti i tipi di soggetti secolari. Di qui ha grande diffusione la pittura di genere e altri tipi di pittura altrove considerati di minore rilevanza.[13] In ordine discendente di status, le categorie nella gerarchia erano: pittura storica, incluse le allegorie e i soggetti religiosi popolari, pittura ritrattistica, fra cui spiccavano la pittura di genere o le scene di vita quotidiana paesaggio, i paesaggi marini, le scene di battaglia, i paesaggi urbani e le rovine, le nature morte. I

dipinti divennero democratici e non solo prerogativa di *élite* colte e ristrette come quelle ecclesiastiche. I dipinti nell'Olanda del diciassettesimo secolo divennero beni molto diffusi e commerciati, scambiati così come accadeva per oggetti di arredamento o piatti. Abbellivano la casa e ci si aspettava mantenessero il loro valore intrinseco o persino che questo potesse crescere[14]. L'investimento in arte consisteva in un investimento mediamente sicuro e potenzialmente fruttuoso già all'epoca. Fu proprio nella Repubblica olandese, nel XVII secolo, che si assistette allo sviluppo di un mercato d'arte anonimo senza precedenti, capace di mantenere una larga parte dei suoi artisti. Ciò fu il risultato di un'enorme crescita della domanda di dipinti: qui ogni anno si producevano 70.000 quadri, rendendo così disponibili opere a buon mercato che la gran parte degli olandesi poteva permettersi. [4] Una delle caratteristiche più rilevanti dell'emergente mercato dell'arte era il fatto che la maggioranza dei pittori non lavorava per committenti privati, ma per un pubblico anonimo, per un mercato vero e proprio. A tal fine erano necessarie condizioni quali i bassi costi di produzione e una domanda costante, e prezzi tali da poter coprire i costi dei materiali e il mantenimento degli artisti, che a quanto pare iniziarono a manifestarsi nel XVII secolo. Le innovazioni produttive generarono una nuova domanda, mentre la specializzazione abbassò i costi di produzione dei dipinti. L'introduzione, ad esempio, dello stile tonale ridusse il tempo necessario per realizzare un dipinto, accrescendo così la produttività dei pittori. Tale tecnica consisteva nella graduale stesura tono su tono, tramite velature sovrapposte, ottenendo così un effetto plastico dei soggetti rappresentati. Il colore nella pittura tonale definisce forme e profondità spaziale. Le nuove tecniche si diffusero nei Paesi Bassi del Nord nel corso degli anni quaranta del Seicento attraverso le rappresentazioni paesaggistiche di Jean van Goyen e Pietre Molijn. I costi inferiori di queste opere, che le resero accessibili ad un più ampio ventaglio di consumatori, contribuirono ad accrescere l'importanza dei paesaggi nelle collezioni olandesi. Non si può evitare di notare come la quantità prodotta, la destinazione ultima delle opere, le loro raffigurazioni tematiche ed estetiche sono emblema di un cambiamento a livello sociale ed economico, di un ambiente in divenire dal punto di vista della modernizzazione.

La struttura sociale bipartita tipica del mondo preindustriale stava ormai lasciando spazio ad un nuovo assetto della società che prevedeva la nascita di nuovi ceti sociali, la cui affermazione identitaria avveniva fra l'altro, mediante l'acquisizione di una tipologia di capitale, cioè l'opera d'arte, tra i più emulativi dello stile di vita dei gruppi dominanti della società tradizionale

fino ad allora diffusa. Il contesto economico con cui l'artista e l'opera d'arte hanno a che fare influisce sugli obiettivi dell'artista e le sue strategie per raggiungere tale obiettivo. I meccanismi di scambio tipici di mercato ovviamente impattano direttamente le intenzioni, motivazioni e azioni dell'artista. Di qui le analisi puntuali di mercato risultano essenziali per determinare l'ispirazione di un determinato artista o l'utilizzo di una determinata tecnica, ad esempio. La pittura fiamminga si contraddistingue principalmente per il pionieristico utilizzo del colore, differenziandosi da quella italiana in cui invece si prediligeva la tecnica della prospettiva come tecnica principale nei soggetti dipinti.

2.2.1 Frans Hals

Un esempio interessante da analizzare è quello dell'artista dell'epoca d'oro olandese Frans Hals. Hals partecipa alle influenze caravaggesche in voga ad Utrecht al tempo seppur discostandosene, prediligendo l'uso del colore e di vigorose pennellate. Da molti viene considerato come secondo solo a Rembrandt in ambito di pittura del secolo d'oro olandese, soprattutto per quanto riguarda innovazioni stilistiche e dei soggetti rappresentati. [15] Lo stile pittorico di Frans Hals è uno stile materico e tonale, innovativo nell'ambito della pittura barocca. Analizziamo nello specifico lo stile utilizzato da questo artista, che opera principalmente nel mercato di Haarlem del diciassettesimo secolo. Da un'analisi delle vendite si nota che l'utilizzo di questa tecnica abbozzata della rappresentazione viene principalmente utilizzata per pittura di genere. Tale tipologia di rappresentazione non era tipicamente commissionata, bensì venduta in un mercato concorrenziale. Un mercato in cui non era facile sopravvivere e guadagnarsi una fetta consistente di clienti. Di qui è necessario citare l'ipotesi di John Michael Montias secondo cui tali tecniche erano un'innovazione dal punto di vista produttivo, rendendo possibile la creazione di un vasto numero di dipinti. Infatti, in tal modo si poteva ridurre il tempo di produzione, quindi che le condizioni di mercato abbiano fortemente influenzato l'utilizzo di questa nuova tecnica. La tecnica dello schizzo tipica di Hals, secondo Montias, non solo ha tentato di rispondere a necessità di mercato ma probabilmente lo ha anche modellato. L'Olanda era appena uscita da un lungo periodo di conflitti, la situazione economica era precaria e per gli artisti era difficoltoso procurarsi da vivere così come reperire materie prime di qualità. E' quindi possibile ricondurre l'esercizio di questa tecnica ad una necessità a livello produttivo, secondo Montias. I vantaggi

economici associati a queste nuove tecniche risultavano quindi estremamente favorevoli per gli artisti del settecento, che si trovavano a fronteggiare una profonda depressione economica. Il diciassettesimo secolo fu un periodo di crisi e riorganizzazione, gli artisti dovettero rispondere in modo creativo alle difficili circostanze economiche, e ciò fu possibile grazie a nuove tecniche pittoriche che puntavano più sulla rappresentazione dei soggetti piuttosto che sulla finezza della rappresentazione. Discostandosi così dalla tradizione artistica italiana che invece prediligeva una rappresentazione prospettica puntuale, lunga e difficile nell'esecuzione, o in generale rappresentazioni più precise, quasi fotografiche, che in termini produttivi significavano maggior dispendio di tempo e denaro.

Grazie all'utilizzo di queste nuove tecniche più materiche e meno precise gli artisti riuscirono a diminuire il tempo di produzione. [16] In più, le difficoltà del settore del commercio rendevano il reperimento dei pigmenti stranieri difficoltoso e l'acquisto dei pochi reperibili inaccessibile ai più. Non era possibile l'utilizzo di pigmenti vivaci, e facendo di necessità virtù gli artisti si orientarono su palette decisamente più sobrie, costituite da sfumature di marroni, gialli e neri. I costi di produzione vennero abbattuti anche per via della riduzione nella grandezza delle tele dipinte. Quindi, l'utilizzo di colori poveri, tecniche più veloci di esecuzione del dipinto e tele di dimensioni minori si sarebbero poste come soluzione innovativa adottata dagli artisti per combattere la crisi economica in atto. Anche Hals sembra aver risposto alla crisi economica in tal modo. Infatti, si nota un vero e proprio cambiamento di stile intorno all'anno 1630. Nonostante abbia introdotto passaggi abbozzati già nel suo dipinto di Pieter van den Morsch dal 1616, continua a dipingere eseguendo applicazioni lisce fino all'incirca al 1630. Diversamente, nelle sue raffigurazioni di genere, che produce con maggior frequenza negli anni '20 del 1600, la tecnica è quella abbozzata. Per avere un'idea distinta di questa simultanea tendenza stilistica, può risultare utile il confronto fra due dipinti dello stesso anno. Questo può essere colto nei dipinti *Il suonatore di liuto* e l'olio su tela *Jacob Pietersz. Olycan* entrambi eseguiti nel 1625. Questi due dipinti si presentano con due distinti impatti stilistici. Negli abiti del suonatore di liuto non vi è nemmeno lontanamente la finezza di rappresentazione che possiamo trovare nei merletti della rappresentazione di Olycan. Hals utilizza un pennello fino per l'esecuzione del colletto ad esempio, divenendo così possibile distinguere una fitta trama. Al contrario, le striature della giacca del suonatore risultano sfocate, quasi i colori si andassero a confondere l'un l'altro. La mano destra, che suona la cassa armonica del liuto, presenta al

di sotto delle macchie nere che richiamo il movimento della mano. Il tutto risulta abbozzato, quasi uno schizzo, rendendo però la rappresentazione realistica. Nel dipinto di genere, Hals applica il colore in modo così superficiale che è possibile vedere l'ombra delle setole dei pennelli. Fu solo nel 1630 che Hals iniziò ad utilizzare questa tecnica tonale e abbozzata anche nei suoi ritratti. Questo cambiamento ci pone di fronte ad una necessità di analisi di quali siano le ragioni di questa modifica nello stile e nella scelta dei soggetti avvenuta nella terzo decennio del 1600.

In primo luogo è necessario notare come Hals non fosse estremamente di successo nella prima parte della sua carriera. Non c'è una evidente crescita delle commissioni o della qualità dei dipinti nel primo decennio del 1600. Decidendo di includere nella sua cifra stilistica anche la pittura di genere diede ad Hals numerose opportunità di mercato, in cui avrebbe potuto vendere i propri dipinti e formare una propria reputazione. Infatti, la pittura di genere era principalmente venduta sul mercato, a differenza di quanto avveniva con la ritrattistica che veniva invece eseguita su commissione. Il guadagno per questa tipologia di rappresentazioni era quindi vincolato a terzi che commissionavano il dipinto, perciò guadagnarsi da vivere risultava molto più difficoltoso. Risulta perciò possibile affermare che, viste le precarie condizioni economiche, la pittura di genere di Hals fosse stata creata principalmente per un mercato aperto e che l'autore abbia aumentato la loro produzione proprio per questo motivo.



Figura 2.2: Frans Hals, *Il suonatore di liuto*, c.1625. Olio su tela, 70x62 cm. Musée du Louvre, Paris



Figura 2.3: Frans Hals, *Ritratto di Jacob Olycan*, c.1625. Olio su tela, 194,6x97,3, Royal Picture Gallery Mauritshuis, The Hague.

2.2.2 Modalità d'asta

Per cogliere i vantaggi della vendita in un mercato aperto è però necessario fare una breve digressione sui metodi di vendita in atto all'epoca—lotterie e aste. La lotteria è un metodo di vendita principalmente basato sulla casualità. Creata nella Bruges del quindicesimo secolo, presto si diffuse anche ad Anversa, Bruxelles e infine Amsterdam nel sedicesimo secolo. La prima lotteria si fece ad Haarlem nel 1606. Nonostante non si abbiano numerosi documenti riguardo questa modalità di vendita, basandosi su una lotteria organizzata ad Utrecht nel 1626 da Claes Claesz. van Leeuwen, è possibile delineare quali fossero le spinte economiche dietro cui artisti, organizzatori e consumatori si muovessero. Per i consumatori, comprare lotti in una lotteria consisteva in una vera e propria scommessa. Così come avviene nelle lotterie moderne, era possibile vincere dipinti il cui valore era 360 fiorini avendo partecipato solo con 25 fiorini, come era possibile il contrario, o peggio, andarsene senza aver vinto nulla. Il risultato di queste lotterie era completamente aleatorio per i consumatori, infatti Montias e Michael North [12] riconducono questa sete speculativa alla stessa mania che aveva alimentato la bolla dei tulipani. Dal punto di vista degli organizzatori, vendere dipinti tramite lotterie risultava estremamente vantaggioso. I dipinti venivano acquistati a un prezzo minore rispetto al mercato e il rischio di impresa risultava pressoché nullo. Allo stesso modo, con la garanzia di vendita, anche gli artisti vedevano nelle lotterie una grande opportunità speculativa. Infatti, tramite la vendita in lotti era possibile vendere grandi volumi di lavoro, che spesso venivano prodotti da assistenti di bottega e non dall'artista in questione. In più essendo le lotterie basate su una vendita simultanea di lotti di diversi artisti, davano la possibilità di esporsi al mercato all'ombra di artisti famosi e affermati, il cui nome pubblicizzava la lotteria tutta. Questi artisti attraevano compratori grazie alla loro reputazione e questo incoraggiava anche altri artisti a partecipare alla lotteria stessa, dando loro visibilità indiretta e un guadagno ad essa correlato.

La seconda modalità di vendita era quella più ricorrente delle aste. Neil de Marchi e Hans van Migroet [12] hanno scoperto che la tipologia di asta in voga nelle Provincie Unite nel 1600 era l'asta olandese. Questa modalità di vendita è basata su prezzi al ribasso, a differenza dell'asta inglese in cui il prezzo è ascendente, la più familiare a tutti. In un sistema d'asta a prezzi discendenti, viene fissato dal banditore d'asta il valore massimo di un'opera in base al valore ad essa attribuito dal mercato. Il prezzo veniva abbassato

finché non veniva presentata un'offerta dalla platea. Per cui, mentre in un sistema a prezzi ascendenti il prezzo tende normalmente a crescere in base alla relativa domanda del bene, il metodo del prezzo decrescente risulta ben più aleatorio. Inoltre il metodo olandese pone un limite massimo al prezzo del bene, a differenza del metodo inglese. Analogamente, questo poteva risultare in una vendita delle opere ad un prezzo minore di quello atteso, se la domanda era sovrastimata dal banditore d'asta. Conseguenza all'utilizzo di questo formato, i prezzi erano piuttosto bassi e quindi tale metodo era indicato per vendere grandi quantità di dipinti rapidamente. Pertanto il margine ottenuto da artisti che producevano poche opere di grandi dimensioni utilizzando tecniche dispendiose era irrisorio. Dato che sia le lotterie che le aste privilegiavano gli artisti che producevano grandi quantità di dipinti a basso prezzo, chi produceva poco non aveva né scorte di dipinti di bassa qualità né la possibilità di liquidare le proprie rimanenze. Per questi motivi, la tecnica pittorica abbozzata e materica era particolarmente adeguata ai meccanismi di vendita del libero mercato.

2.2.3 Moda, reputazione e cifra stilistica

Ma tali innovazioni tecniche non possono essere unicamente ricondotte a studi di mercato. Risulta riduttivo trovare le ragioni di cambiamenti stilistici solo nel taglio dei prezzi e nell'adottare atteggiamenti economicamente vantaggiosi. Perché il pubblico avrebbe voluto comprare beni confezionati a buon mercato che probabilmente risultavano alla vista come eseguiti in poco tempo? Perché i committenti di ritratti avrebbero voluto essere raffigurati grossolanamente? Per Hals la risposta a tali domande può essere trovata nelle influenze stilistiche degli artisti fiamminghi coevi. Le influenze di Rubens sono evidenti, uno degli esempi più chiari è senza dubbio la rappresentazione di Hals di una giovane coppia di sposi del 1622, ispirata da *Autoritratto con la moglie Isabella Brant*. Ma a livello più generale la tecnica di Hals può essere ricondotta alle ultime pitture ad olio di Rubens. Ma anche nel dipinto *Jacobus Zaffius* le influenze fiamminghe sono evidenti. La sua rappresentazione di giovani suonatori in *Ragazzo che suona il flauto* denota cifre stilistiche tipiche dei caravaggisti di Utrecht ma se ne discosta, tramite la vitalità delle rappresentazioni e la fermezza delle pennellate, avvicinandosi più agli studi di teste degli artisti fiamminghi. Si veda ad esempio lo *Il sacrificio di Isacco* di Jordaens.

[17] Le influenze fiamminghe che Hals prende in prestito da Rubens e altri probabilmente si sono rivelate come altamente allettanti per i residenti di Haarlem, visti i legami della città con i Paesi Bassi meridionali. Come conseguenza alla rivolta delle Province Unite contro la Spagna e le conseguenti ripercussioni dei conflitti a livello commerciale, un grande numero di persone fuggì a ondate nel 1600 verso la nuova Repubblica olandese. Intorno al 1620 Haarlem poteva reclamare una cospicua popolazione fiamminga. Nel 1622, il cinquantuno per cento della popolazione di Haarlem era immigrato fiammingo di prima o seconda generazione. Haarlem, era in terza posizione per quantità di fiamminghi, dietro solo a Leiden e Middleburg. Quindi, gli immigrati di prima e seconda generazione formarono il mercato dell'arte di Haarlem. L'emulazione di Hals dei dipinti dei mastri fiamminghi può essersi rivelata essenziale per conquistarsi una clientela di alta società che collezionava opere di artisti di grande spicco. I ricchi cittadini di Haarlem riconobbero le caratteristiche tipiche fiamminghe nelle opere di Hals e ne divennero presto clienti abituali, finanziandolo. Nell'epoca di Hals i *masters* fiamminghi erano gli artisti più apprezzati e in voga nella Repubblica olandese. Le opere di Rubens nel 1657 erano valutate dal commerciante d'arte Johannes Renialme ad una somma pari a 500 Fiorini. Le cifre stilistiche tipiche dell'arte fiamminga portavano con sé sofisticatezza e fasto. Dall'emulazione di queste caratteristiche quali il tratto impreciso, Hals crea un prodotto basato, in parte, su prestabiliti criteri di qualità tipici del mercato in cui operava. In più Hals dipingendo secondo gli stili fiamminghi non solo si assicurava quella fetta di clientela di immigrati di prima e seconda generazione ma anche quella parte di alta borghesia al passo coi tempi, che reputava l'arte fiamminga come alla moda. Uno stile di ispirazione fiamminga perciò offriva considerabili vantaggi economici poiché creava nuovi sbocchi commerciali, incontrando la domanda di un mercato dell'arte blasonato, creando di conseguenza più profitti. Di qui, Hals riesce a crearsi una nicchia come artista alla moda altamente riconoscibile all'interno del mercato dell'arte olandese del diciassettesimo secolo. Ed è proprio nella sua capacità di distinguersi dagli altri artisti che trae margine e spicca nel panorama artistico dell'Olanda del Secolo d'oro. Hals riesce a sviluppare uno stile inconfondibile, in un periodo in cui i consumatori determinavano il valore di un dipinto anche in base alla reputazione dell'artista che lo eseguiva. All'epoca le copie dei dipinti erano estremamente frequenti e la possibilità di creare dipinti indimostrabilmente riconoscibili era ulteriore veicolo di profitti. Proprio in questi decenni l'attribuzione di dipinti diviene sempre più frequente per la determinazione del valore dei dipinti. Negli in-

ventari dei patrimoni dei residenti di Delft del diciassettesimo secolo redatti da Montias, si nota come al 1620 solo il 6.9 per cento dei dipinti risultino attribuibili ad uno specifico autore. Contro il 9.2 per cento del 1940, un 12.8 per cento del 1650 e un picco del 15.4 per cento negli anni '60 del 1600. Il prezzo medio di un dipinto attribuibile, in più, era di 16.6 Fiorini contro un 7.2 di dipinti inattribuibili. Quindi la reputazione dell'artista condizionava le valutazioni monetarie di mercato.

In sintesi possiamo affermare che queste caratteristiche di innovazione dal punto di vista produttivo, aderenza alle mode del tempo e facile attribuibilità dei dipinti di Hals abbiano creato un vantaggio economico per l'artista in un mercato altamente saturato come quello del Secolo d'oro olandese. Infatti, le tecniche pittoriche innovative di Hals, tipiche della pittura tonale, con esecuzioni alla prima, ridussero notevolmente i costi di produzione e i tempi di esecuzione rendendo possibile un ampio margine all'interno di mercati aperti che favorivano la vendita di grandi quantità di opere a prezzi bassi. Al tempo stesso questo suo realismo nell'esecuzione lo avvicinava molto ai grandi maestri dell'arte fiamminga, da cui Hals si ispira sia per i soggetti che per le composizioni, dandogli la possibilità di conquistarsi una fetta di mercato non indifferente. Infatti, vista la preponderanza di residenti di Haarlem di origini fiamminghe questa sua modalità di espressione può essere stata destinata a questa tipologia di acquirenti. Al tempo stesso grazie all'utilizzo di tecniche affiliabili a quelle di Rubens e Van Dyck può aver messo in risalto la figura di Hals all'interno di un mercato di conoscitori, esperti d'arte dell'epoca. L'utilizzo di vaste e pennellate poco lavorate può aver fatto buon viso a questa tipologia di clienti. Infine, grazie allo spazio creatosi all'interno del mercato Hals riuscì a guadagnarsi una certa pubblicità, valorizzando in modo indiretto lo stile pittorico in sé. Questa maniera grezza nella rappresentazione, innovativa nel panorama olandese del diciassettesimo secolo, divenne cifra stilistica dell'autore. Questo rese possibile la distinzione dei suoi dipinti da quelli dei suoi concorrenti. Furono vari ed eventuali, perciò, i segmenti di mercato che spinsero Hals verso questa tecnica grezza, anche nella realizzazione di opere reputate più "formali" quali i ritratti su commissione. Hals, al tempo stesso non era solo un agente passivo di fronte al mercato, anch'egli contribuì in modo attivo agli ulteriori sviluppi in campo artistico.

Capitolo 3

Arte moderna e contemporanea

Dopo aver analizzato i mercati dell'arte dei secoli sedicesimo e diciassettesimo in Italia e Olanda rispettivamente, passiamo ora ad un'analisi del mercato dell'arte moderna e contemporanea. L'idea secondo cui è proprio il mercato concorrenziale a spingere in maniera incessante la ruota dell'innovazione in campo artistico è filo conduttore delle tesi di Galenson [18]. La sua ricerca si focalizza soprattutto sull'innovazione senza precedenti del mercato dell'arte del diciannovesimo secolo. Secondo Galenson infatti, gli artisti moderni e contemporanei sono stati i primi a svincolarsi dai limiti che potevano esercitare su di loro committenti di grande influenza politica o economica, approdando in un mercato concorrenziale. Mercato che ha accelerato il processo innovativo grazie all'altissima competizione che ne derivava. Una competizione che si configura come catalizzatore delle innovazioni di settore. Questa configurazione del mercato sicuramente risulta molto spiccata nella contemporaneità. Risalire alla quantità di capitali investiti in opere d'arte è semplice nella nostra epoca. [19] L'accesso all'informazione è facile. Ma ciò non significa che anche in passato questa configurazione di mercato non fosse presente. Specialmente dove e quando la competizione era notevole. Di fatti, grazie agli studi di Etro e numerosi altri è stato possibile identificare un livello di competitività presente nel mercato dell'arte già a partire dall'età rinascimentale. Da questa consapevolezza della potenza del mercato concorrenziale in campo artistico vorrei poi soffermarmi su un'analisi più generale dei rapporti fra mercato e creatività. Infatti gli studi di Galenson mostrano come tramite l'osservazione del mercato dell'arte sia possibile riconoscere dei *pattern* comportamentali tipici degli artisti che possono essere alla base di processi creativi non solo all'interno del mercato dell'arte ma anche in campi

differenti. Tale constatazione potrebbe essere ispiratrice di teorie economiche atte a riconoscere le tipiche fasi di produzione in un soggetto creativo. Con l'obiettivo ultimo poi di delineare schemi ottimali e aumentare la produzione di tali individui singolari.

L'arte del secolo scorso è un'arte radicalmente differente da tutto il panorama artistico precedente. Nuove e rivoluzionarie correnti artistiche si sono fatte largo negli anni modificando in maniera decisiva la nostra percezione dell'arte. Ad oggi infatti, per molti, risulta ostico interpretare e capire l'arte contemporanea, così piena di innovazione da disorientare. Disorienta perché è una forma di espressione fortemente guidata da un mercato saturo, in cui per spiccare è necessario distinguersi. [3] L'arte del ventesimo secolo è sostanzialmente differente dall'arte dei secoli precedenti per via del primato di un tipo di produzione artistica, assecondata da leggi di mercato. Procediamo dunque con un'analisi di mercato dell'arte moderna e poi contemporanea, definendone gli avvenimenti salienti.

3.1 L'impressionismo

Il 1874 è anno chiave nella storia dell'arte, anno di nascita della corrente impressionista. Gli impressionisti si pongono come gruppo di rottura con tutto ciò che caratterizza l'arte dei secoli precedenti. Il loro approccio al mondo dell'arte, così istituzionalizzato, è al contrario innovativo e rivoluzionario. Monet con la sua *bande* decide di formalizzare un gusto pittorico che era stato rifiutato dalle accademie, creando così un mercato nuovo per l'arte. Infatti, a seguito di un rifiuto dal Salon dell'*Académie des beaux-arts* di Parigi il gruppo di giovani artisti decide di esporre le proprie opere in un vecchio studio fotografico al n. 35 di *Boulevard des Capucines* messo a disposizione da Nadar. Rompendo in questo modo con l'arte tradizionale. Fu così che questo gruppo di artisti tramutò una mancata accettazione come locuzione descrittiva di un movimento che cambierà il panorama dell'arte per i secoli a venire. Nascono così gli Impressionisti.

[20] La scelta di esporre in un ambiente privato, al di fuori dell'istituzionale *Salon* segnerà un cambiamento. La reputazione artistica non si formerà più all'interno delle accademie, bensì in un mercato reale e competitivo di una Parigi di fine ottocento. Le più importanti esposizioni saranno poi le otto che si terranno nel periodo 1874-86 e il *Salon des Indépendants* che si terrà annualmente fino al 1884. Malgrado tali evoluzioni, un mercato competitivo

per l'arte non emergerà fino ai primi decenni del ventesimo secolo. Le gallerie d'arte private dovranno ancora crescere per creare un mercato concorrenziale. Dalla corrente impressionista nasce così una spinta a staccarsi da un'arte riconosciuta e quindi controllata da poteri economici e istituzionali forti. [18] Gli artisti si svincolano dai potenti cercando di creare un loro bacino di utenza che li renda più liberi. Le opere che ad oggi ci sembrano grandi classici e vengono riprodotte in maniera ossessiva erano in passato di grande potenza innovativa. Gli impressionisti personificavano l'artista libero che si discosta dagli insegnamenti accademici. L'innovazione è sempre stata tratto caratteristico dell'arte celebre, ma dal Rinascimento in poi quasi tutti gli artisti furono limitati nell'entità del loro contributo innovativo da committenti e istituzioni.

3.2 Picasso e gli anni '20

La potenza del mercato tuttavia non verrà percepita fino ai primi del novecento, quando si svilupperà in maniera più capillare. Sempre nella cornice di Parigi si vanno diffondendo e moltiplicando le gallerie private finanziate da committenti illustri. Il margine di guadagno possibile viene percepito da numerosi artisti, fra cui spicca Picasso. Picasso intuì da subito la grande competizione che caratterizzava il mercato e tentò quindi di accattivarsi quanti più collezionisti possibili. Sono infatti celebri le rappresentazioni di Ambroise Vollard, Daniel-Henry Kahnweiler, Paul Rosenberg e vari altri galleristi, rendendo evidente come sia cambiato l'approccio degli artisti al mondo dell'arte. L'attenzione è rivolta non solo all'opera d'arte in sé, alla tecnica ma anche ai rapporti commerciali di cui si necessita per poter trarre un cospicuo margine di guadagno. Sicché gli autori cercano di distinguersi concependo opere originali e al tempo stesso attirare l'interesse dei principali agenti di mercato, vale a dire i galleristi. Il primo artista a guadagnare rilievo esponendo direttamente nelle gallerie piuttosto che in ambienti accademicamente riconosciuti è Picasso. Emblema della sperimentazione artistica, al tempo stesso riesce ad alimentare rapporti di mercato con i propri galleristi. Questa possibilità di distaccarsi dal mondo accademico rende possibile un cambiamento di stile brusco e repentino, totalmente atto a soddisfare il mercato. Picasso con la sua opera infatti riesce svincolarsi da qualsiasi cifra stilistica stabilita creando un nuovo radicale approccio concettuale, per cui lo stile era ridotto a mezzo tramite cui esprimere una precisa dichiarazione. In tal

modo l'artista poteva introdurre nuovi stili a piacimento, o alternare quelli già in esistenza, in base alla convenienza. Se si confrontano opere di Picasso di diversi periodi della sua produzione risulta quasi difficoltoso attribuirle alla stessa mano. Con Picasso vi è un cambiamento, l'artista deve essere libero di sperimentare e cimentarsi nella tecnica che più ritiene opportuna al momento della creazione dell'opera. Di qui in poi questo sarà punto focale dell'arte: l'innovazione, la sperimentazione estrema. L'arte si frammenta, lo slancio è verso l'innovazione più estrema. L'arte di Picasso infatti verrà seguita da quella di Duchamp, Picabia e una serie di altri artisti concettuali che estremizzano la visione di Picasso stesso, cercando tramite il *ready-made* di eliminare del tutto ciò che viene considerato stile. Ciò che accomuna questi artisti del XX secolo è che si presentano come artisti concettuali, non è più la tecnica a fare da padrona piuttosto l'idea. Arthur Danto, nel 2001, affermerà che il mondo dell'arte con cui abbiamo a che fare è quello di un'arte concettuale. [20] Questa difficile categorizzazione degli artisti all'interno di uno stile riconoscibile ha reso il mondo dell'arte altamente frammentato. Perciò l'importanza del singolo è marginale, l'influenza del singolo su un mercato è sempre più difficile da ottenere. Per tale motivo se un tempo le innovazioni si trovavano principalmente nell'esecuzione tecnica dei dipinti, per l'arte moderna le innovazioni avvengono su una base concettuale.

3.3 Gli anni '50

L'emergere di una grande competizione ha reso sempre più difficile per gli artisti distinguersi e guadagnarsi un segmento di mercato. Il grande salto però avverrà nella New York degli anni '50. Un cambiamento nella natura della domanda per le arti figurative induce un declino nell'età in cui gli artisti contemporanei si cimentano nella loro opere di maggior rilievo. Secondo Galenson il successo in giovane età degli artisti altro non è che la prova di un'innovazione concettuale estrema. Infatti, le innovazioni concettuali avvengono in giovane età, cioè quando gli individui sono ancora poco avvezzi ai ragionamenti tipici di un certo settore o in generale sono meno condizionati dal mondo esterno. Quindi vista la riduzione nell'età dei successi, dagli anni '50 in poi il mercato altro non ha fatto che spingere verso l'innovazione. La prima retrospettiva di Frank Stella si è tenuta al Museo di arte moderna di New York nel 1970, Stella aveva 33 anni. Il critico d'arte Rosenberg nota che il fenomeno del giovane artista è un dato di fatto nel mercato dell'arte

americana, non è verificabile solo con Stella ma con numerosi altri artisti: Andy Warhol, Jim Dine, Tom Wesselman. Cezanne, Matisse e altri non si sarebbero mai immaginati degni di essere presentati in una retrospettiva solo dopo aver dipinto 12 opere. [21] Questa è la conseguenza del grande peso che viene dato all'innovazione, trasformando così la natura dell'arte figurativa americana. Ciò che è importante per gli artisti non è più la tecnica, la rappresentazione figurativa ma l'innovazione stessa. Gli strumenti utilizzati sono semplici, a volte meccanici o già esistenti. Ciò che conta davvero è l'idea, il concetto alla base. Gli artisti americani dell'età moderna sono un caso di studio singolare di una professione in cui un cambiamento nella domanda ha prodotto un improvviso e radicale cambiamento nella carriera di professionisti di successo. I mercanti d'arte si trovarono di fronte ad un pubblico totalmente orientato a riconoscere tendenze, mode. Clement Greenberg, storico dell'arte, nel 1968 afferma che fino alla metà del XIX secolo l'innovazione nell'arte non era stata così sorprendente o impressionante, ma da quel momento in poi l'arte era essenzialmente innovazione. [22] Probabilmente tutto ciò era essenzialmente dovuto alla crescita mediatica nei confronti della sfera artistica. E ciò altro non significava che un ampliamento del mercato stesso. Il pubblico era attirato dall'innovazione e questa cresceva di pari passo con la crescita del mercato stesso. La seguente tabella sintetizza statistiche condotte sugli artisti dell'America degli anni '50.

3.3.1 Analisi formale

Gli studi di Galenson hanno condotto un'interessante analisi econometrica su vari artisti americani del periodo post bellico. [23] A partire dal 1950 il mercato dell'arte americana cresce in maniera esponenziale. I critici e il pubblico iniziano ad attribuire grande valore ai nuovi artisti americani, considerandoli all'altezza degli europei. Si crea così un mercato florido, in cui gli artisti di spicco sono gli espressionisti astratti. La loro arte si svilupperà a partire dai tardi anni '40, basandosi su correnti di pensiero dei surrealisti europei insieme a varie esperienze tipicamente americane. Il loro approccio è del tutto innovativo, descritto da Rosenberg come *action painting*. In particolare, si applica alla cosiddetta Scuola di New York (J. Pollock, W. de Kooning, F. Kline ecc.) che pone l'accento sull'atto creativo come gesto concreto, esperimento e azione, in cui proiettare se stessi. Il risultato è una pittura caratterizzata da violenza gestuale e cromatica, che oppone alle regole della società del benessere il comportamento, non controllabile, dell'artista,

TABLE 4
AGES FROM WHICH ARTISTS' WORK IS ILLUSTRATED IN SELECTED BOOKS

	Total Illustrations	Median Year of Illustrations	Age of Artist in Median Year
Born 1900–1920			
Gottlieb, Adolph	12	1949	46
Guston, Philip	25	1956	43
Kline, Franz	21	1952	42
de Kooning, Willem	48	1952	48
Louis, Morris	24	1960	48
Martin, Agnes	8	1965	53
Motherwell, Robert	21	1960	45
Pollock, Jackson	80	1948	36
Reinhardt, Ad	13	1955	42
Rothko, Mark	57	1954	51
Born 1921–40			
Dine, Jim	7	1963	28
Francis, Sam	7	1958	35
Frankenthaler, Helen	21	1953	25
Lichtenstein, Roy	39	1963	40
Noland, Kenneth	23	1964	40
Rauschenberg, Robert	40	1959	34
Stella, Frank	32	1964	28
Twombly, Cy	4	1969	41
Warhol, Andy	48	1963	35
Wesselman, Tom	9	1964	36

Figura 3.1: Età degli artisti le cui opere risultano presenti su testi accademici

rivelando anche la forte ascendenza dell'automatismo surrealista. [24] La vita degli artisti rimane però difficile fino ai primi anni '50. Risulta difficile vincere l'attenzione di critica e pubblico, specialmente in concomitanza alla seconda guerra mondiale che si sta svolgendo oltreoceano. Grazie ai caldi apprezzamenti del critico d'arte Clement Greenberg si inizia a dare spazio a questo nuovo gruppo di artisti. Le piccole gallerie che esponevano artisti americani indipendenti iniziano a crescere e a guadagnarsi un loro spazio. Al 1958, il mercato dell'arte è ormai florido. William Rubin, direttore dell'epoca del Museum of Modern Art, constata che al momento in cui Frank Stella, pittore e scultore minimalista astratto, arriva a New York ormai il pubblico aveva consolidato una modesta opinione riguardo i nuovi artisti americani. Tanto che a suo dirsi molti li sottoponevano a un confronto con l'ormai consolidato bacino artistico europeo. Henry Geldzahler, il primo curatore di arte contemporanea al Metropolitan Museum di New York, asserisce che l'attenzione dei media e la rinnovata importanza delle gallerie contribuì alla crescita della domanda di innovazione nelle arti figurative. [21] I commercianti d'arte fronteggiavano un pubblico affamato di novità e tendenze. A riguardo Geldzahler accosta il lavoro degli artisti contemporanei a quelli di matematici

puri. Il paragone rende chiaro il livello di concettualizzazione presente in questo ambiente. Produrre innovazione è diventata vera e propria strategia. Ciò che ci si aspetta dagli artisti è un repentino e continuo cambiamento. Nonostante la corrente artistica dell'espressionismo astratto sia nata da un tipo di progettualità tipica dell'innovazione sperimentale, si evolve poi verso un'essenza più concettuale. L'idea sovrasta la tecnica e la competenza. Gli artisti non sono più artigiani bensì portatori di verità ultime tramite un'idealizzazione pura del processo creativo. Questi artisti si affideranno a mezzi meccanici come viene asserito da Warhol, assistenti e vari mezzi tramite cui risulta più semplice l'ultimazione dell'opera. La tecnica viene del tutto messa da parte in favore del concetto, dell'idea. L'intenzione iniziale risulta più importante dell'esecuzione. Grazie ai dati raccolti da Galenson per le aste del periodo 1980-96 si ha la possibilità di effettuare un'analisi di tipo economico. La fonte di questi dati è l'annuale edizione de *Le Guide Mayer*. Questo studio prende in considerazione i dati di tutte le vendite di dipinti e pitture ad acqua di 51 artisti presi in considerazione. Tali artisti sono stati suddivisi in due categorie, quelli nati tra il 1900-1920 che sono entrati nel mercato prima che vi fosse un cambiamento nella domanda e quelli nati nel periodo 1921-1940 che invece sono entrati nel mercato a cambiamento avvenuto. Gli artisti presi in considerazione sono tutti americani dal momento che il cambiamento è avvenuto nel mercato statunitense. Dal momento che ci siamo focalizzati su artisti di successo, parametro per individuarli è che almeno un'opera sia stata riprodotta in tre o più di sei corsi istituzionali di storia dell'arte— *survey of art history*. Gli artisti sono visibili nella tabella qui di seguito. La maggiorparte delle vendite è avvenuta negli Stati Uniti e circa il 90 per cento di queste è avvenuta tramite le case d'asta Christie's e Sotheby's. Per ogni dipinto preso in considerazione si annota la tecnica (carta o tela), la dimensione, la data d'esecuzione, la data di vendita e il prezzo. Nella tabella, vi sono indicati questi dati.

1109 opere sono state compiute da artisti nati durante il ventennio 1900-1920 mentre 3286 sono state create da artisti nati nel ventennio successivo cioè 1921-1940. L'età media degli artisti è 51 per il primo gruppo mentre scende a 42 per il secondo. Le opere del primo gruppo sono state vendute in media per 230.000 mentre quelle del secondo per 115.000. Cercheremo di fare una comparazione fra gruppi per quanto riguarda i nessi fra il prezzo dell'opera, l'età dell'autore e la data di esecuzione. Si stima una regressione in cui il prezzo dell'opera è espresso come una polinomiale per l'età dell'ar-

TABLE 1
ARTISTS INCLUDED IN THIS STUDY

	Country of Birth	Year of Birth	Year of Death
Artists Born 1900–1920			
Gorky, Arshile	Armenia	1904	1948
Gottlieb, Adolph	United States	1903	1974
Guston, Philip	Canada	1913	1980
Kline, Franz	United States	1910	1962
de Kooning, Willem	Holland	1904	1997
Louis, Morris	United States	1912	1962
Martin, Agnes	Canada	1912	
Motherwell, Robert	United States	1915	1991
Neel, Alice	United States	1900	1984
Newman, Barnett	United States	1905	1970
Pollock, Jackson	United States	1912	1956
Porter, Fairfield	United States	1907	1975
Reinhardt, Ad	United States	1913	1967
Rothko, Mark	Russia	1903	1970
Still, Clyfford	United States	1904	1980
Artists Born 1921–40			
Anuszkiewicz, Richard	United States	1930	
Close, Chuck	United States	1940	
Diebenkorn, Richard	United States	1922	1993
Dine, Jim	United States	1935	
Estes, Richard	United States	1936	
Flack, Audrey	United States	1931	
Francis, Sam	United States	1923	1994
Frankenthaler, Helen	United States	1928	
Hockney, David	Great Britain	1937	
Indiana, Robert	United States	1928	
Johns, Jasper	United States	1930	
Kelly, Ellsworth	United States	1923	
Kitaj, Ronald	United States	1932	
LeWitt, Sol	United States	1928	
Lichtenstein, Roy	United States	1923	1997
Mangold, Robert	United States	1937	
Marden, Brice	United States	1938	
Mitchell, Joan	United States	1926	1992
Morley, Malcolm	Great Britain	1931	
Moskowitz, Robert	United States	1935	
Murray, Elizabeth	United States	1940	
Noland, Kenneth	United States	1924	
Oltiski, Jules	Russia	1922	
Pearlstein, Philip	United States	1924	
Poons, Larry	Japan	1937	
Rauschenberg, Robert	United States	1925	
Rivers, Larry	United States	1923	
Rockburne, Dorothea	United States	1934	
Rosenquist, James	United States	1933	
Ruscha, Ed	United States	1937	
Ryman, Robert	United States	1930	
Stella, Frank	United States	1936	
Twombly, Cy	United States	1928	
Warhol, Andy	United States	1928	1987
Wesselman, Tom	United States	1928	
Youngerman, Jack	United States	1926	

Figura 3.2: Artisti presi in considerazione per l'analisi econometrica

tista, in interazione con la possibilità che l'artista sia nato dopo il 1920. Altre variabili sono considerate nella regressione. Date le grandi differenze di valore delle opere dei vari artisti, includiamo effetti fissi per artisti individuali. Ci sono state oscillazioni importanti nel mercato dell'arte degli anni presi in considerazione, quindi la regressione include variabili binarie per l'anno di vendita. Una variabile binaria indipendente è stata introdotta al fine di indicare se l'opera fosse stata compiuta su carta o su tela mentre la dimensione del dipinto è stata monitorata usando il logaritmo naturale dell'area della superficie. Formalmente si avrà quindi:

$$\ln(\text{price})_{ij} = \beta_1 \text{pre}_i \text{age}_{ij} + \beta_2 \text{pre}_i \text{age}_{ij}^2 + \beta_4 \text{pre}_i \text{age}_{ij}^4 + \gamma_1 \text{post}_i \text{age}_{ij} + \gamma_2 \text{post}_i \text{age}_{ij}^2 + \gamma_3 \text{post}_i \text{age}_{ij}^3 + \gamma_4 \text{post}_i \text{age}_{ij}^4 + \theta_1 \text{paper}_{ij} + \theta_2 \ln(\text{area})_{ij} + \sum_{k=1}^{51} \psi_k I(i = k) + \sum_{k=80}^{96} \theta_y I(\text{saleyear}_{ij} = y) + \epsilon_{ij} I(\text{saleyear}_{ij} = y) + \epsilon_{ij}$$

Dove age_{ij} denota l'età dell'artista i quando il suo dipinto j è stato eseguito; pre_i è una variabile binaria che risulta uguale ad uno se l'artista è nato nel periodo 1920-1940; ψ_k indica un set di variabili di test- *dummy variables* - individuali per ogni artista. $I(i = k)$ è una funzione che risulta uguale a uno quando $i = k$; $I(\text{saleyear}_{ij} = y)$ è una funzione che risulta uguale a uno se il dipinto ij viene venduto nell'anno y .

Ci sono diverse osservazioni da fare. In primo luogo è necessario notare che i risultati espressi finora sono basati su una polinomiale di quarto grado dell'età dell'artista. La scelta del grado è basata su un test per il significato di termini di ordine superiore. I risultati sono simili in ogni caso quando i profili età-prezzo sono stimati utilizzando una polinomiale di terzo o quinto grado.

In secondo luogo, per tenere conto delle differenze di prezzo di vendita dei vari artisti, i dipinti di ogni artista sono ponderati per l'inverso del quadrato della media per quell'artista. In più il modello studiato sopra non tiene conto dell'anno di esecuzione dell'opera.

TABLE 2
SUMMARY STATISTICS

VARIABLE	ALL ($N = 4,395$)		PRE-1920 COHORT ($N = 1,109$)		POST-1920 COHORT ($N = 3,286$)	
	Mean	Standard Deviation	Mean	Standard Deviation	Mean	Standard Deviation
Year of birth	1923	10.0	1908	4.6	1928	5.0
Year of execution	1968	10.9	1959	11.3	1971	9.1
Age at execution	44.5	10.8	50.9	11.7	42.3	9.5
Year of sale	1989	4.7	1988	4.7	1989	4.7
Price (in 1983 dollars)	143,965	522,415	230,170	733,070	114,872	424,783
Area (in square inches)	2,593	4,116	2,226	3,166	2,717	4,384
Paper	.291	.454	.344	.475	.273	.446

Figura 3.3: Riepilogo dei dati analizzati per gli artisti americani

I dati analizzati sono riassumibili nella seguente tabella.

Capitolo 4

Una prospettiva più ampia: osservare i processi creativi da un punto di vista economico

L'economia si pone, fra le altre cose, come scienza sociale atta a designare quali siano le modalità più consone al produrre. Gli economisti sono alla continua ricerca di quale sia la modalità migliore ed efficace per la produzione di qualsiasi oggetto atto alla vendita. Un'analisi di questo tipo può convogliare verso vari aspetti della produzione. Si può passare da un'analisi dei tempi di creazione di un oggetto, alle migliori modalità di vendita, al materiale più indicato nella produzione. Ciò che vorrei introdurre ora è invece la possibilità di analisi di un processo mentale, cioè quello creativo. La creatività è fonte primaria del cambiamento tecnologico che tanto contraddistingue la nostra società e la crescita economica. Sono molti, ad oggi, gli economisti che vedono nella natura capitalista una spinta motrice della creatività. Il libero mercato spinge gli agenti a creare nuovi prodotti e servizi per eventuali acquirenti, che possano soddisfare al meglio i desideri di ciascuno. Ma alla base di ogni nuova invenzione economica, altro non vi è che mera attività intellettuale creativa. Più di ogni altro economista del XX secolo Joseph Schumpeter ha rivolto il proprio interesse verso l'innovazione, ponendola al centro di tutta la propria teoria economica. La sua ricerca si pone a metà fra scienze economiche e sociologia, analizzando vari punti di vista. Schumpeter mette in luce come l'innovazione sia intrinseca della società capitalista e ne sia alla base. Non si tratta per Schumpeter di un fattore esogeno o residuale bensì di una caratteristica essenziale di essa, portando con sé il

potere di rinnovare l'assetto economico. È "Il processo di distruzione creatrice alla base del capitalismo". L'innovazione secondo Schumpeter si pone quindi come un carattere essenziale delle economie capitalistiche. [25]

Vi è una relazione endogena fra struttura di mercato, vale a dire numero e dimensioni delle imprese che operano in un mercato, e innovazione. Fra le varie tipologie di mercato che vengono identificate dalla teoria economica, quella di mercato concorrenziale, che presenta il maggior numero di imprese operanti, risulta portare ad un'elevata selezione delle imprese in base alla loro capacità innovativa. L'innovazione è quindi fonte primaria della crescita economica eppure abbiamo poche teorie che ne indagano le cause.[26]

Se si pensa all'innovazione, ad individui che si sono distinti nei loro campi come personaggi di spicco forieri di novità e progresso si pensa spesso ad individui singoli. L'innovazione viene generata dal singolo, tuttavia gli economisti e la teoria economica in generale tende a soffermarsi su uno studio di meccanismi a livello collettivo. La creatività che guida la crescita economica è prerogativa di piccoli gruppi o di individui straordinari. Per la prima volta nella storia dell'economia, negli ultimi decenni ci si è diretti verso lo studio di come questi individui o piccole collettività facciano i loro progressi e le loro scoperte e i risultati sono stati considerevoli. Questo potrebbe portare ad una migliore comprensione dei contributi di alcune delle persone più produttive della nostra società. Rompendo con questi tabù disciplinari potrebbe essere possibile per noi capire e potenzialmente aumentare la creatività di questi individui e aiutare gli altri a seguirli. Uno di questi processi creativi tipici che possono essere individuati è quello individuato da Galenson dell'età in cui la produzione innovativa viene eseguita. Galenson prende fondamento dal mondo dell'arte per identificare delle misurazioni sistematiche della creatività degli artisti. Secondo David Galenson, gli artisti che hanno riscosso successo possono essere categorizzati in due tipologie che si differenziano per obiettivi e metodi. Nell'arte figurativa possono essere individuati due tipi di autori: innovatori *sperimentali* ed innovatori *concettuali*. [27]

L'evidenza empirica rende chiaro come non sia tanto la disciplina che modella il ciclo creativo – i poeti eccellono in giovinezza, i romanzieri con la maturità – bensì la tipologia di opera ed innovazione dell'artista. In linea generale, nella storia dell'arte, si possono riconoscere come innovatori concettuali ed innovatori sperimentali diversi artisti. Gli innovatori *sperimentali* cercano di imprimere percezioni visive. Il loro obiettivo è impreciso, quindi procedono nella creazione in modo sperimentale, provando e imbattendosi in errori. Il loro assetto è improntato su un processo di ricerca che si affi-

na nel tempo, raggiungono nuove rappresentazioni facendo. Costruiscono le loro abilità in modo graduale e le loro innovazioni si notano poco a poco. Per questo motivo gli artisti che possono essere inseriti in questa tipologia di creatori produce le opere di maggior rilievo in tarda età o verso il termine della propria carriera artistica. Esempi di innovatori sperimentali fra gli *old masters* possono essere trovati in Leonardo, Michelangelo, Tiziano, Velazquez e Rembrandt fra gli altri.

Gli innovatori *concettuali* invece, tendenzialmente esprimono emozioni ed idee. Le loro innovazioni sono irriverenti, trasgressive, in contrasto con ciò che era in vigore fino a quel momento. L'innovazione che creano accade in modo improvviso, senza ordine di continuità con le precedenti opere create. Le innovazioni radicali, a livello concettuale, nascono dall'abilità nel riconoscere le potenziali deviazioni dalle convenzioni del momento. Tale abilità tende a svanire o ad affievolirsi con l'esperienza, vale a dire con l'età, dato che schemi di pensiero diventano fissi e consuetudinari col tempo. Dunque, le più importanti rivoluzioni concettuali approntate dagli artisti si verificano in giovane età. Esempi fra gli *old masters* sono Raffaello, Caravaggio, Van Eyck, Vermeer.

Se un artista raggiunge l'apice della sua carriera in giovane età o in età matura è causato dal processo ispiratore seguito dal soggetto. Può essere un processo innovativo per tentativi, tipico degli innovatori sperimentali, di tipo induttivo, o un processo innovativo per scoperte, tipico invece degli innovatori concettuali che adottano una tipologia di ragionamento deduttivo. [27] Questo è un interessante punto di vista che apre nuove prospettive verso la possibilità di riconoscere dei pattern comportamentali che potrebbero rivelarsi utili nello studio dei processi creativi. Galenson infatti, non solo trova degli schemi creativi riconoscibili all'interno del mondo dell'arte ma estende questa visione anche a un ambiente nettamente più "formale" e scientifico come quello dei premi Nobel. [28] Anche in questo ambito possono essere identificati due distinti cicli vitali accademici, quello degli innovatori sperimentali, che lavorano in modo induttivo, accumulando esperienza negli anni, e quello degli innovatori concettuali che invece elaborano informazioni in modo deduttivo. Dalle analisi quantitative, in più, risulta che per gli innovatori concettuali la pubblicazione più importante avviene attorno ai 25 anni d'età, mentre per gli innovatori sperimentali si verifica oltre i 50 anni. Queste valutazioni del mondo dell'arte risultano perciò applicabili a svariati ambiti di ricerca e innovazione, confermando ancora una volta quanto sia importante lo studio del singolo e non solo della comunità per potenziare e migiora-

re i processi innovativi. Quindi, tramite lo studio di Galenson, è possibile affermare che i processi creativi non sono relegati a discipline prettamente artistiche, la cui realizzazione di un'idea è fisica, reale, ma anche a discipline più astratte. Questo potrebbe essere un originale punto di partenza per cercare di catalizzare l'innovazione a livello della società tutta, tramite studi e ricerche volti a potenziarla e, poiché strettamente correlato, ad accelerare in ultima istanza il progresso.

Capitolo 5

Conclusioni

Questa tesi di laurea ha cercato di analizzare vari mercati dell'arte nella storia e nella contemporaneità. Si è partiti da una introduzione generale di come i prezzi dei dipinti nel mercato italiano del XVI e XVII secolo fossero influenzati da vari fattori sia dal lato della domanda, sia da quello dell'offerta. Già all'epoca era possibile constatare l'esistenza di mercati altamente concorrenziali, in cui l'innovazione era requisito fondamentale per crearsi una propria nicchia di mercato. Oltre a lungimiranti idee per distinguersi, essenziale era anche la reputazione degli artisti e la stima che il mercato avesse di loro. Erano inoltre vari e numerosi i fattori che condizionavano il prezzo delle opere d'arte, per nulla vincolati a valutazioni edonistiche o connesse all'esecuzione del dipinto. Da queste considerazioni è poi stato possibile effettuare un'analisi quantitativa delle variabili in gioco per la determinazione del prezzo e di come queste si relazionassero fra loro. In seguito si è proseguito attuando un'analisi di un altro mercato dell'arte europeo del XVI secolo: quello del Secolo d'oro olandese. Nello specifico ho analizzato le opere dell'innovativo pittore dalla cifra stilistica tonale e materica Frans Hals e di come la sua attività abbia colto evidenti segnali dal mercato per sfruttare al meglio le opportunità di guadagno. L'artista, grazie all'utilizzo di questa nuova tecnica pittorica, riuscì ad accelerare il processo produttivo, potendo così dipingere maggiori quantità di opere. Una più grande mole di prodotti era requisito essenziale per poter creare margine all'interno del mercato concorrenziale olandese dell'epoca, basato sulla vendita di grandi lotti a basso prezzo. In più, grazie al suo stile affine a quello dei grandi artisti fiamminghi dell'epoca, Hals riesce ad attrarre a sé una doppia clientela: quella degli immigrati di prima e seconda generazione delle Fiandre e quella dei cultori

dell'arte fiamminga dell'epoca, arte in voga e altamente apprezzata. Così facendo l'artista riuscì a costruirsi uno spazio all'interno del mercato per via della propria originalità, venendone premiato a livello economico.

Il terzo capitolo continua con un'analisi dell'arte moderna e contemporanea e di come in seguito ad un cambiamento nella modalità di fruizione dei dipinti sia cambiato il mercato. Grazie alla nascita delle gallerie d'arte gli artisti si immettono in un mercato altamente concorrenziale, in cui le dinamiche economiche si ponevano come fondamentali alla sopravvivenza dell'arte stessa. Picasso è emblema di questa nuova visione del personaggio dell'artista, che agisce come un vero e proprio imprenditore, tessendo rapporti e legami per collocare il proprio prodotto. Questo atteggiamento raggiungerà poi il proprio apice nel mercato dell'arte dell'America del boom economico degli anni '50 con l'arte concettuale e la pop-art. Nel quarto capitolo ho cercato di delineare una prospettiva più ampia dello studio del mercato dell'arte e dei soggetti che in esso agiscono. Sarebbe infatti interessante seguire nella ricerca a livello individuale di soggetti creativi, quali gli artisti, così da poter cogliere al meglio quale sia la modalità migliore per potersi muovere all'interno del mercato cercando di aumentare le potenzialità della produzione creativa. Questa infatti è motore essenziale della nostra società e del progresso economico e tecnologico tutto.

Bibliografia

- [1] Michele Tubaldi Ercole Sori. Capitale simbolico e beni artistici in italia (xi-xx secolo), 1981.
- [2] Enrico Santarelli. Sull'innovazione in schumpeter: Due linee interpretative a confronto. *Quaderni di storia dell'economia politica*, 1(2):175–182, 1983.
- [3] David W Galenson and Robert Jensen. Young geniuses and old masters: The life cycles of great artists from masaccio to jasper johns. Working Paper 8368, National Bureau of Economic Research, July 2001.
- [4] Michael North, Andrea Bertino, and Catia Brilli. Cultura e storia economica: Stato della questione e future prospettive di ricerca sul mercato dell'arte europeo. *Studi Storici*, 50(3):779–789, 2009.
- [5] Federico Etro. Titian, veronese, caravaggio and their rivals: Evidence of competition in the market for altarpieces of the 17th century.
- [6] Federico Etro and Laura Pagani. The market for paintings in the venetian republic from renaissance to rococò. *Journal of Cultural Economics*, 37(4):391–415, 2013.
- [7] Katz and Rosen. *Microeconomia*. McGrawHill, via Ripamonti 89, 20141 Milano, 2011.
- [8] Richard Spear and Philip Sohm. Painting for profit. *The economic lives of Seventeenth-Century italian painters*, 2010.
- [9] Rudiger Dornbusch, Stanley Fischer, Richard Startz, et al. *Macroeconomia*. McGrawHill, via Ripamonti 89, 20141 Milano, 2017.

- [10] Federico "Etro. "innovations by painters between renaissance and rococò: Towards an economic theory of art history".
- [11] John A Marino. La crisi di venezia e la new economic history. *Studi storici*, 19(1):79–107, 1978.
- [12] Neil De Marchi and Hans J. Van Miegroet. Art, value, and market practices in the netherlands in the seventeenth century. *The Art Bulletin*, 76(3):451–464, 1994.
- [13] E. de Jongh. *Simiolus: Netherlands Quarterly for the History of Art*, 14(1):51–59, 1984.
- [14] J.M. Montias. Socio-economic aspects of netherlandish art from the fifteenth to the seventeenth century: A survey. *The Art Bulletin*, 72(3):358–373, 1990.
- [15] Atkins Christopher D.M. *The Signature Style of Frans Hals: Painting, Subjectivity, and the Market in Early Modernity*. Amsterdam University Press, 2012.
- [16] SEYMOUR SLIVE. Frans hals studies. *Oud Holland*, 76:173–200, 1961.
- [17] WALTER LIEDTKE. Frans hals: Style and substance. *The Metropolitan Museum of Art Bulletin*, 69(1):1–48, 2011.
- [18] David "Galenson. "conceptual revolutions in twentieth-century art". "Working Paper" "15073", "National Bureau of Economic Research", "June" "2009".
- [19] Alain Quemin. International contemporary art fairs in a 'globalized' art market. *European Societies*, 15(2):162–177, 2013.
- [20] David W Galenson. *Painting outside the lines*. Harvard University Press, 2001.
- [21] David W Galenson and Bruce A Weinberg. Age and the quality of work: The case of modern american painters. Working Paper 7122, National Bureau of Economic Research, May 1999.

- [22] DAVID W. GALENSON. The careers of modern artists: Evidence from auctions of contemporary art. *Journal of Cultural Economics*, 24(2):87–112, 2000.
- [23] David W Galenson and Bruce A Weinberg. Creating modern art: The changing careers of painters in france from impressionism to cubism. *American Economic Review*, 91(4):1063–1071, 2001.
- [24] Enciclopedia Treccani. Action painting.
- [25] Ricardo J Caballero and Mohamad L Hammour. Jobless growth: Appropriability, factor substitution, and unemployment. Working Paper 6221, National Bureau of Economic Research, October 1997.
- [26] Stuart Cunningham et al. The creative economy: patterning the future. *Dialogue (Academy of the Social Sciences in Australia)*, 26(1):15, 2007.
- [27] David W Galenson. Understanding creativity. *Journal of Applied Economics*, 13(2):351–362, 2010.
- [28] Bruce A Weinberg and David W Galenson. Creative careers: The life cycles of nobel laureates in economics. Technical report, National Bureau of Economic Research, 2005.