

Sotheby's Institute of Art

## Digital Commons @ SIA

---

Faculty Articles

Faculty Scholarship

---

7-2020

### Non conviene ma conviene: Ogni museo decide per sé

Maria Sancho-Arroyo

Follow this and additional works at: [https://digitalcommons.sia.edu/fac\\_articles](https://digitalcommons.sia.edu/fac_articles)



Part of the [Fine Arts Commons](#), and the [Museum Studies Commons](#)

---

## Opinioni

L'Avvocato dell'arte

## La «Gioconda» in vendita

Perché non si possono vendere i beni culturali identitari? Perché è un atto contro la vita



Racconti di crimini artistici e altro di **Fabrizio Lemme** professore di Diritto penale dell'economia, Università di Siena

C'è da chiedersi se il Covid-19 abbia tra gli effetti collaterali anche quello di annebbiare la ragione. Ho subito pensato alla celebre incisione in cui Goya allude alla follia, «Il sonno della ragione genera mostri», leggendo il 12 maggio un'intervista a un oscuro «consulente digitale» (si definisce così ma che cosa significa?) parigino, del quale ometto il nome, in cui figura una bizzarra proposta: il Louvre, per far cassa in questo momento gramo di blocco degli afflussi turistici (è chiuso fino al 6 luglio), dovrebbe mettere in vendita la sua opera più emblematica, «La Gioconda» di Leonardo, partendo da una base di 50 miliardi di dollari. Lo sconosciuto fa anche delle riflessioni economiche: ci sarebbe sicuramente un acquirente, il proprietario di Amazon Jeff Bezos che per liberarsi della prima moglie ha recentemente speso poco di meno e che farebbe un investimento assai lucroso. Il dipinto, infatti, frutta alla Francia circa 3 miliardi di euro l'anno e quindi l'investitore potrebbe ricavarne (in che modo non è specificato!) l'eccellente reddito annuo del 6%. Il proponente, bontà sua, precisa che l'opera non è provento di razzie napoleoniche ai danni dell'Italia o comunque bottino di guerra: infatti, alla morte di Leonardo (1519), Francesco I la acquistò da Gian Giacomo Caprotti, erede e allievo di Leonardo e dunque a titolo più che legittimo. Quanto al fascino dell'opera, esso è certamente innegabile ed è legato alla sua storia: l'autore non se ne separò mai, la portò con sé in tutte le sue peregrinazioni, la considerò in perenne divenire, facendola oggetto di continui interventi e oggi la sua fama oscura qualsiasi altro dipinto esistente «in orbe terrarum». Non è un caso che la sala del Louvre ove è ospitata registri una perenne calca. Quanto al suo acquisto da parte di Francesco I, vero atto di amore del sovrano per il genio italiano, nelle *Vite* Giorgio Vasari narra addirittura la leggenda che Leonardo sia morto tra le braccia del sovrano: leggenda in quanto Francesco I, il 2 maggio 1519, non era nel Castello di Cloux (Amboise), ove è morto Leonardo, ma presso la moglie Claudia (quella famosa regina Claudia da cui hanno tratto nome le prugne di colore verdastro), che aveva dato alla luce il suo secondogenito. Ma si sa: la storia, fino al secolo XVIII e a Voltaire, era considerata opus oratorium e lo storico poteva inventarsi discorsi o leggere per rendere più concreta e tangibile l'immagine di quel che era effettivamente accaduto. La leggenda comunque sopravvisse a lungo, almeno fino al 1818, quando **Jean-Auguste-Dominique Ingres**



«Il sonno della ragione genera mostri», 1799, incisione n. 43 della serie «Los Caprichos» di Francisco Goya

esegui il famoso dipinto «La morte di Leonardo tra le braccia di Francesco I», attualmente esposto nel Petit Palais di Parigi. Lo stesso giorno della proposta di vendere la «Gioconda», su «Il Sole 24 Ore» è apparso un articolo a firma di Giuditta Giardini, nel quale, con malcelata invidia, si narra che i musei americani avrebbero deciso di porre in vendita i loro fondi, sempre per far fronte al Coronavirus e al conseguente calo dei visitatori. Non è esplicitamente scritto ma sembra proprio che l'articolista, narrando l'esempio dei musei americani, intenda aggiungere: perché non fanno così anche i musei europei? Ma che cosa c'è di tanto strampalato in queste proposte, esplicite («La Gioconda») o implicite (i musei americani), che ci ha indotto a iniziare questo intervento con la frase di Goya sul sonno della ragione? Probabilmente, né Giuditta Giardini né l'anonimo consulente digitale si sono posti il problema di che cosa siano nella nostra tradizione e nel nostro linguaggio, anche giuridico, i beni culturali. Essi sono tutelati in quanto **documento della nostra civiltà, della quale costituiscono la testimonianza più alta, spesso materiale ma a volte anche effimera** e tuttavia imperitura (art. 1/2 e art. 2/3 D.Lgs. 42/04 o Codice dei beni culturali). Come è noto, il Codice Civile (art. 5) vieta atti di disposizione che abbiano a oggetto parti del proprio corpo. La vita è sacra in tutte le sue forme e, in quanto tale, è sottratta alla stessa disponibilità, al punto che vi sono ordinamenti giuridici nei quali è punito anche il tentato suicidio. Il nostro ordinamento giuridico, fondato sul principio costituzionale di tassatività (art. 25/2 Cost.), non contempla nel catalogo chiuso dei reati il tentato suicidio ma punisce l'istigazione al suicidio (art. 580 c.p.). **Se l'individuo non può disporre della propria vita, lo Stato, inteso anche in senso etico, non può disporre delle testimonianze che caratterizzano la civiltà e la storia del Paese.** Vendere «La Gioconda» significherebbe svendere la propria identità e la propria storia, al punto che non varrebbe la pena di proseguire la vita in un Paese privo dell'una e dell'altra. Vi immaginate un Louvre senza «Gioconda»? Vi immaginate un'Italia senza «I Prigionieri» di Michelangelo? Privo di elementi identitari, il Paese non esisterebbe più né ci si potrebbe auspicare di viverci. Mi spiace per il «consulente digitale» ma, se le sue consulenze sono pari alle sue proposte, vi sarebbe seriamente da dubitare sulla loro valenza e da invitarlo a cambiare mestiere. Solo il sonno della ragione può non giustificare ma far comprendere idee di tal fatta.

## Odiatori di Renoir

SEGUE DA P. 24, V COL.  
chi si esibisce in sfottò confrontando i volti con foto di gatti, notando come le melanzane di Renoir siano allusioni falliche e le sue donne abbiano sempre dei «disarming breasts», il che in tempi di body-shaming e di rifattone da web diventa un demerito specifico: il meglio che ti può capitare è l'ideona di montare su un ritratto femminile il volto di Trump (uno che esibisce con orgoglio il suo Renoir ben sapendo che è falso), e c'è pure qualcuno che si sente figo per aver pensato tale possente banalità. Uno dice: vabbè, quattordicimila follower non sono nulla, sono un piccolo club di nullafacenti privi di idee che si raccontano di non essere ignoranti, ma che è il sistema bacato dei musei a essere affetto dal morbo di apprezzare Renoir e imporlo con occhiata arroganza. Ma poi ci si chiede chi glielo faccia fare: **da cinque anni sono aggrappati a questa ossessione fissa e non han perso un minuto neppure a leggere** un opuscolo su Renoir o sugli impressionisti, dal quale avrebbero appreso che per trovare qualcuno che desse loro ragione devono risalire a **Louis Leroy**, che schifò Renoir e compagni sin dal loro apparire. Ma non è un loro problema: fare graduatorie d'importanza artistica comporterebbe conoscere altri pittori e loro non possono mica imporre questa fatica al loro unico neurone, tutto concentrato a odiare Renoir. La loro non è un'opinione estetica, è un gioco di società fatto tanto per fare, per coniare battute e meme di gusto improbabile e di nessun effetto, evidentemente in mancanza di meglio da fare. Poi ti chiedi: ma quanti di quelli che proclamano il loro amore per Renoir sono anche loro convinti che è importante perché sta nei musei e costa un sacco di milioni di dollari, e basta?

A Voice of America

## Non conviene ma conviene

Ogni museo decide per sé



Da Washington il nostro agente speciale alla CIA (Central Intelligence of Arts), **Maria Sancho-Arroyo**

Dopo più di due mesi di chiusura dovuta alla pandemia, i musei statunitensi hanno lentamente iniziato a riaprire. Lo stesso sta accadendo in Europa, la grande differenza è che negli Stati Uniti non esiste un Ministero della Cultura che dia indicazioni sull'apertura. Gli Stati Uniti sono un Paese federale e le uniche regole a cui sono vincolati i musei sono quelle dei loro Stati, e anche quelle che in genere offrono solo una linea guida. Associazioni come l'Icom (International Council of Museums) e l'Aam (American Alliance of Museums) hanno fornito delle indicazioni generali, ma in realtà **la decisione e le modalità della riapertura sono lasciate a ciascun museo.** I direttori, in particolare quelli di grandi istituzioni come il Met, il Getty e la National Gallery, hanno organizzato incontri regolari per scambiare idee, ma la realtà di queste grandi istituzioni è molto diversa dalla grande maggioranza dei musei americani. L'impatto della pandemia è stato maggiore in città densamente popolate come New York e Los Angeles. I grandi musei di queste città sono quelli che, anche se possiedono sostanziali riserve di fondi (i cosiddetti «endowments»), dipendono anche fortemente dalle entrate generate dai biglietti



La locandina di riapertura del Museum of Fine Arts di Houston

d'ingresso dei turisti internazionali, molti dei quali non torneranno per molti mesi. Nelle città più piccole, non solo la loro popolazione è stata meno colpita dalla pandemia, ma i musei contano di più sulle entrate legate al pubblico locale, e quindi possono aspettarsi di tornare più velocemente al numero di visitatori abituale. Per molte di queste istituzioni il dilemma è come bilanciare i costi. Anche se chiusi, i musei hanno costi fissi per mantenere l'edificio e la sicurezza della collezione. Con l'apertura, alcuni di questi costi vengono compensati dalla biglietteria, dai ristoranti e dai ricavi dei negozi, ma al contempo l'apertura comporta dei consumi di elettricità e personale per cui i costi lievitano. In realtà **non c'è nessun beneficio economico nell'aprire quando vi sono ancora le restrizioni di distanziamento sociale. C'è però un grande desiderio di riapertura guidato dalla missione sociale ed educativa di ogni museo.** Quindi? Il Met ha annunciato che non riaprirà prima di fine agosto, la National Gallery non aprirà fino a nuovo avviso, ma le istituzioni più piccole hanno iniziato ad aprire. Il primo è stato il Museum of Fine Art di Houston. Imponendo misure di distanziamento sociale e l'uso obbligatorio della mascherina, ha riaperto il 20 maggio e la risposta locale è stata entusiasta. Gli amanti dell'arte hanno un autentico desiderio di rivedere le opere d'arte da vicino, tanto che alcuni dei visitatori sono arrivati anche da Dallas dove i musei erano ancora chiusi, facendosi tre ore di automobile.

La solitudine del satiro

## Slow Tour contro i Tour de Force

Un documentario profetico sul turismo di massa



Divagazioni disincantate e irridenti di uno storico dell'arte **Alessandro Morandotti**

«Tour de Force» è un video profetico del 2018 che, in 15 intensi minuti, ci restituisce un passato recente che faticherà a tornare (regia di **Louis de Belle e Giacomo Traldi**; vimeo.com/tourdeforcefilm). Con lo sguardo freddo di un'analisi sociologica, ma con una grande attenzione ai dettagli, passa in rassegna **i riti del turismo di massa** evidenziandone il **carattere alienante.** La ripetitiva catena di montaggio dei percorsi obbligati, dei luoghi da visitare, senza mai una



Un fotogramma del film «Tour de Force» di Louis de Belle e Giacomo Traldi, 2018

sorpresa, senza mai un'avventura. **La Torre di Pisa, il Colosseo, il Duomo di Firenze, la Basilica di San Marco**, tra i must, resi luoghi infernali e contaminati da troppi sguardi, da troppi corpi. E il cerimoniale dei pulman che partono e ritornano sempre dagli stessi luoghi di raccolta, posteggi faraonici che diventano luoghi di incontro e di socializzazione, con la gente che scende e sale dal predellino nello spazio di poche ore. Lo sguardo degli autori si sofferma poi sul mondo degli autisti, attenti alla pulizia maniacale dei loro mezzi, descritti con la dignità dei nobili chauffeur di macchine di lusso nelle commedie americane degli anni Cinquanta. Un mondo serio, non sbracato, ma attraversato da un grande senso di desolazione, come se le esperienze fossero subite passivamente. È chiaro da tempo che esisterebbero valide alternative ai Tour de Force del turismo culturale, se solo si provasse a scommettere sull'ereмо sperduto, sul museo che nessuno visita ma merita la riscoperta, sulle

antiche pievi e sui borghi della Penisola. Un patrimonio diffuso, unico, da recuperare e rafforzare in un sistema di rete territoriale, con l'obiettivo di mettere in moto forze politiche, economiche e sociali che prendano coscienza in modo permanente della potenzialità delle risorse del Paese, con ricadute sugli investimenti e sull'innovazione sociale. Ora che **la pandemia ha, in modo traumatico, determinato le condizioni per nuove forme del turismo culturale,** si tratta di promuovere questa svolta, con incentivi economici, con **strategie non casuali.** Finanziamo **cooperative di giovani** utili alla conoscenza del nostro patrimonio artistico meno noto, promuoviamo con **ingressi gratuiti** musei e siti normalmente poco affollati, investiamo sulla **comunicazione** per rendere consapevole il pubblico di quante cose meravigliose si possono godere e imparare visitando luoghi che pure non offrono feticci cari al pubblico. Riposanti e uniche esperienze di **Slow Tour**, che sostituiscano i ripetitivi Tour de Force raccontati in modo impeccabile, senza condanna morale, nel bellissimo video: mi raccomando, non perdetevi l'avvio.