

Senza Duveen, l'uomo che convertì i capitalisti Usa al collezionismo, non esisterebbero le grandi pinacoteche nate dalle loro gallerie private

DI DIEGO GABUTTI

«**N**elle fotografie», scrive Rachel Cohen, biografa di **Bernard Berenson** (*Bernard Berenson*,

Da Boston a Firenze, Adelphi 2017), «Joseph Duveen è talvolta ritratto mentre guarda leggermente in alto, come verso qualcosa di meraviglioso appena al di là dell'orizzonte, che solo lui può vedere». Non sembra un mercante d'opere d'arte; ha l'aria d'essere lui l'artista.

A raccontare la storia di Joseph Duveen, che da semplice antiquario si trasformò in un Pari inglese, fu **Samuel N. Behrman**, sceneggiatore cinematografico (*Maria Walewska*, *Ben Hur*, *La primula rossa*, *Quo Vadis*) e grande giornalista, sul *New Yorker* dei primi anni cinquanta. Del suo Duveen. Il re degli antiquari, esce oggi una ristampa **Sellerio**. È la storia (allegra, e per aneddoti) d'un uomo ambizioso e geniale che creò dal nulla il mercato dell'arte negli Stati Uniti.

Senza Duveen, l'uomo che convertì i grandi capitalisti americani al collezionismo d'arte, oggi non esisterebbero le grandi pinacoteche americane, nate dalle loro gallerie private. Grazie a Duveen, i musei americani non ospitano soltanto punte di freccia navajo, tele e sculture di **Frederic Remington** (il pittore delle praterie, con i suoi bisonti, cavalli al galoppo, indiani e cowboy) e scheletri di dinosauro (come nei vari episodi di *Una notte al museo*, il tormentone cinematografico di **Ben Stiller**).

Duveen era qualcosa di più d'un venditore da bazaar. Non vendeva opere senza prezzo (benché lui gliene assegnasse uno, il più alto possibile)

perché era particolarmente incalzante e persuasivo. Non vendeva nemmeno la propria competenza (non era poi così competente, benché lo fosse abbastanza). Secondo chi lo conobbe, Duveen vendeva il suo fascino. Aveva gli stessi modi da milionario dei suoi clienti, e come loro maneggiava milioni, che otteneva in prestito dalle banche (proprietà dei suoi clienti) che finanziavano le sue attività, e in più aveva qualcosa che ai milionari mancava, e che i plutocrati gli invidiavano: il buon gusto, e un occhio capace d'apprezzare la bellezza. Comprare da lui, al prezzo che lui stabiliva, e senza discutere, era considerato un privilegio dai suoi clienti miliardari.

Aveva capito di quali febbri e tormenti soffrissero costoro: «Era l'epoca dei monopoli, e Duveen ebbe il monopolio dei monopolisti. C'è gente che sembra essere nata col bisogno di possedere tutto. Dopo le prime conquiste l'orizzonte si allarga; devono controllare non solo il corso d'acqua principale, ma anche gli affluenti». Nell'America di fine Ottocento e dei primi decenni del Novecento, Duveen, morto settantenne nel 1939, era il solo venditore al mondo che vendesse le sue merci al prezzo che soltanto i miliardari poteva pagare.

Era qui che nasceva la passione per l'arte dei suoi clienti, gli unici collezionisti in grado di decorare le pareti di casa con le opere di **Tiziano**, di **Leonardo**, di **Giorgione**. **Bernard Berenson**, l'americano che sta alla storia dell'arte rinascimentale come Dio onnipotente alla creazione del mondo, curò per un certo periodo il lato *expertise* della Casa Duveen (lo storico e il mercante litigarono per l'attribuzione di un'opera, che Duveen era convinto fosse un Giorgione,

mentre Berenson l'attribuiva a un Tiziano «prima maniera»). «Verso la fine della sua vita», scrive Behrman, «Duveen dichiarò: «A parte **Rembrandt** o **Hals**, non comprerò mai nient'altro che italiani. Posso vendere qualunque Rembrandt o Hals, per quanto brutto: ma è soltanto quando s'arriva al Rinascimento che si trova la bellezza fisica. E i miei clienti vogliono la bellezza fisica».

Anche se «c'erano fattori imponderabili». Per esempio «il mancato acquisto dovuto a riserve di carattere morale. Riuscì a vendere un ritratto della signora Elliot, di **Gainsborough**, soltanto perché l'acquirente seppa troppo tardi che la signora del ritratto era scappata col giardiniere. Altre volte, tuttavia, i pettegolezzi mandavano a monte la vendita, e i quadri dello scandalo finirono in cantina», belli e invenduti.

Ma quel che Duveen vendeva ai suoi milionari non era soltanto la bellezza. Era anche il perdono: i suoi clienti «venivano interrogati a proposito degli scioperanti mitragliati; messi in caricatura quali sfruttatori dei poveri; rimproverati di chiudere gli occhi dinanzi alla miseria che nutriva i loro patrimoni; la semplice esistenza della ricchezza cominciava ad esser vista con sospetto, e l'idolatria si era mutata d'un tratto in critica asprissima». Ma gli artisti di cui accumulavano le opere «avevano miracolosamente evitato tutto questo; il mondo aveva perdonato loro da gran tempo i passi falsi morali». Forse, di riflesso, avrebbe perdonato anche loro.

Samuel N. Behrman, Duveen. Il re degli antiquari, Sellerio 2018, pp. 239, 14,00 euro, eBook 9,99 euro

