

Zeitschrift: Collection cahiers d'artistes
Herausgeber: Pro Helvetia
Band: - (2004)
Heft: -: J&W Management Consulting

Artikel: J&W Management Consulting
Autor: Polzer, Brita
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-555520>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

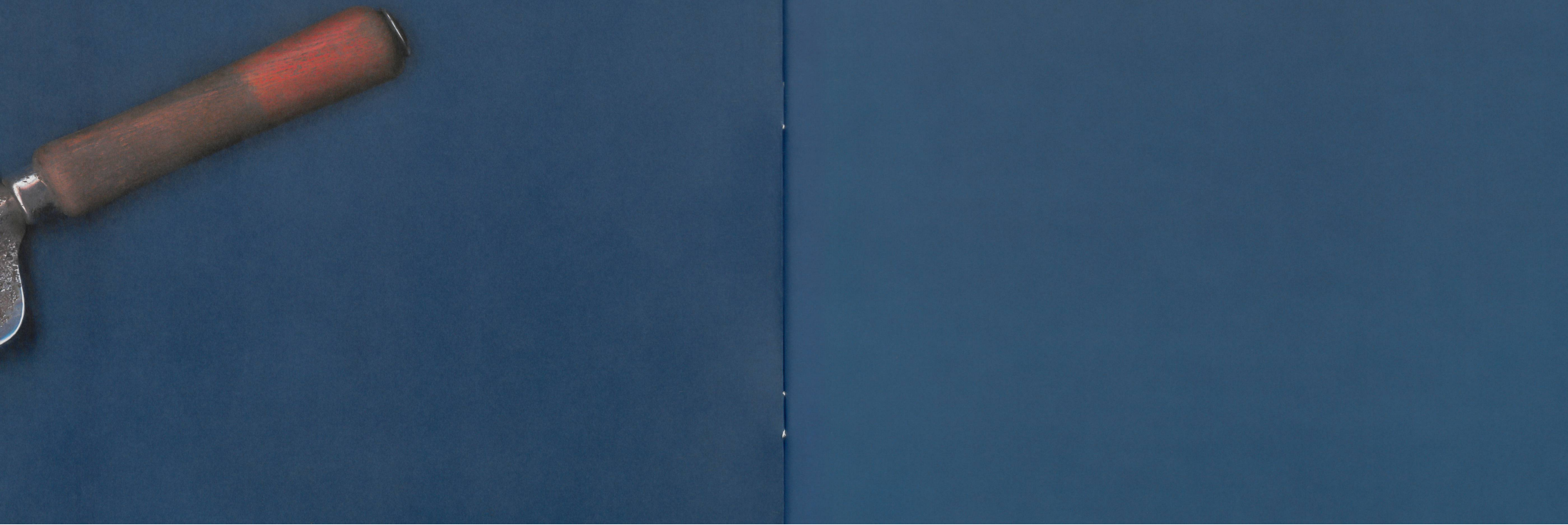
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

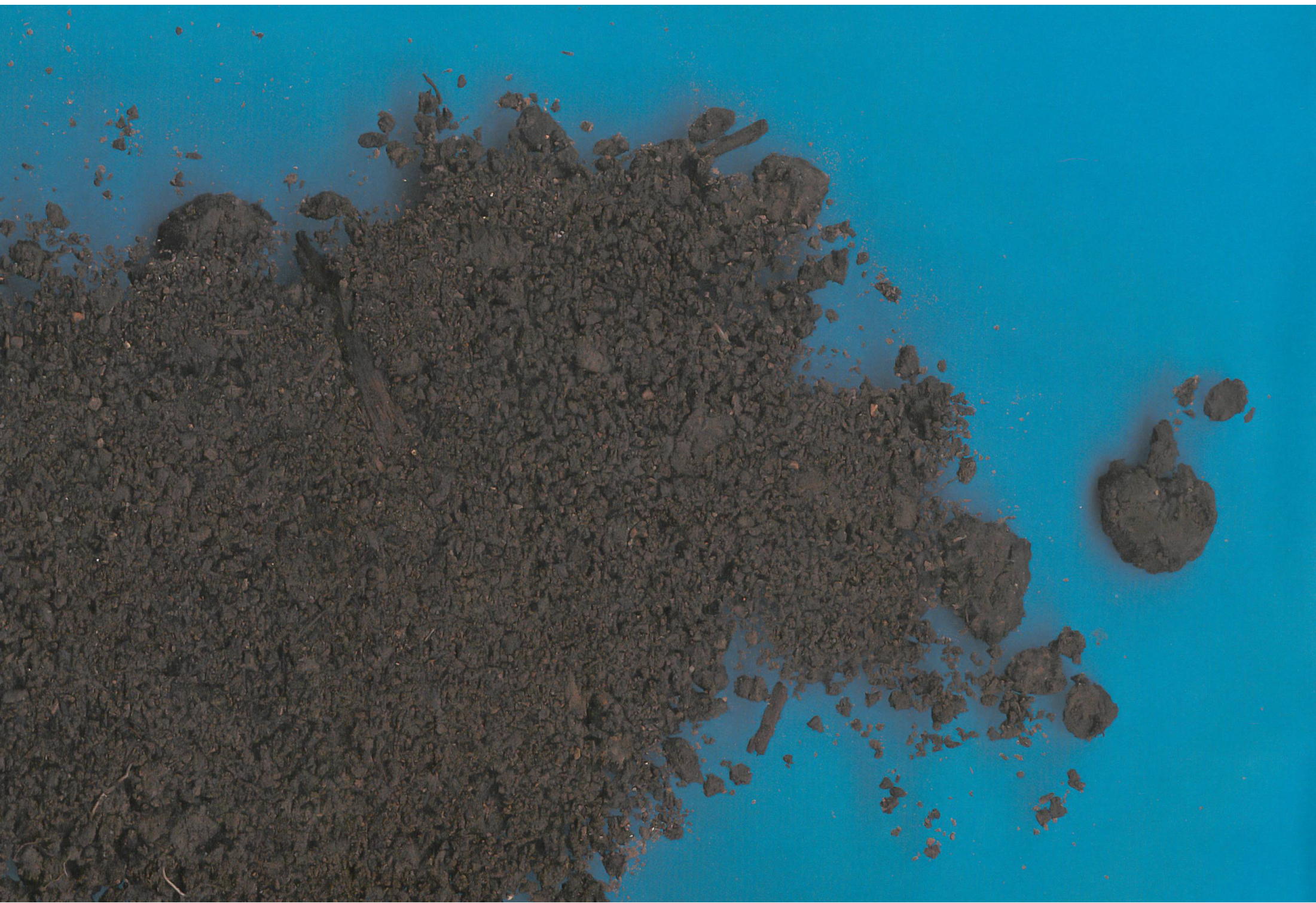
Download PDF: 25.03.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

J&W MANAGEMENT CONSULTING

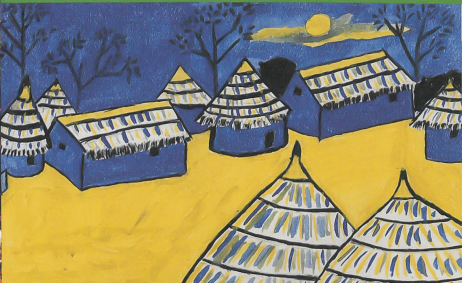
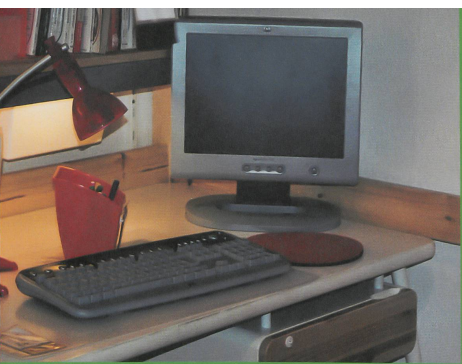








Scambio interculturale
An intercultural exchange

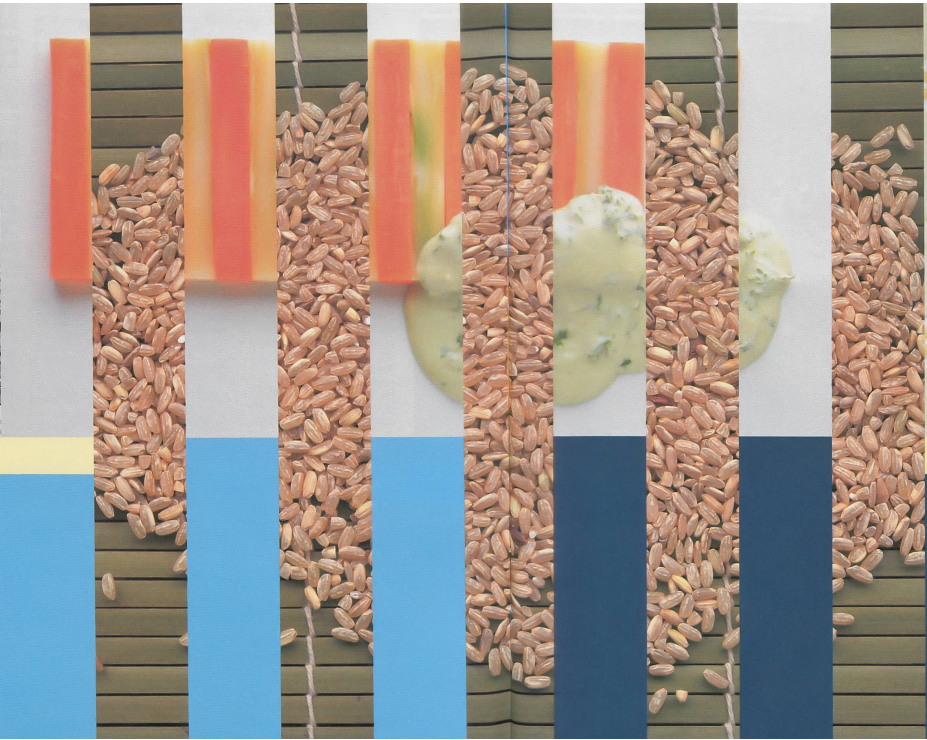
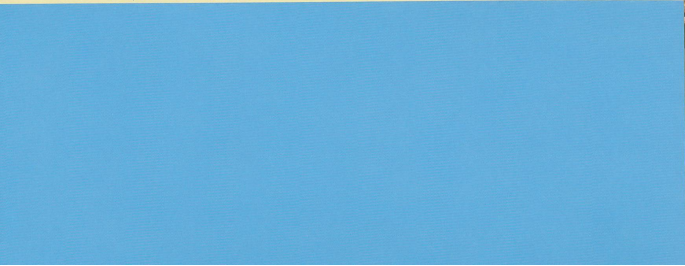


Sapere di non sapere
Know that you don't know





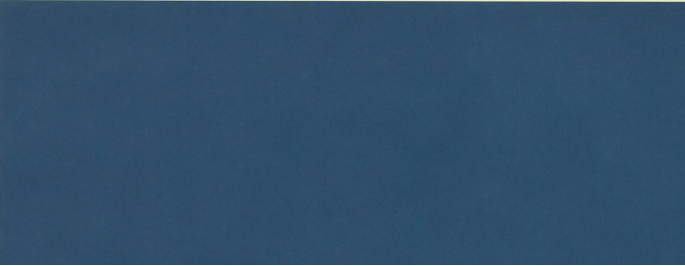
600 kcal ...se hai ancora fame devi aspettare fino a domani!
...if you're still hungry you'll have to wait until tomorrow!

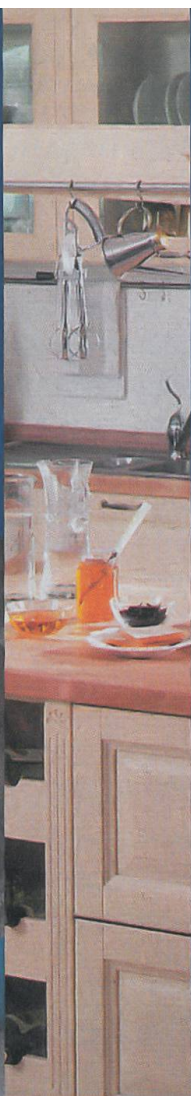


3600 kcal ...se hai ancora fame puoi mangiare cioccolato, banane e...
...if you're still hungry you can eat chocolate, bananas and...



3600 kcal ...se hai ancora fame puoi mangiare cioccolato, banane e...
...if you're still hungry you can eat chocolate, bananas and...



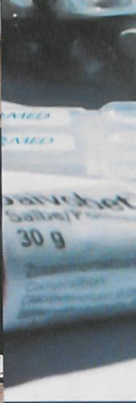
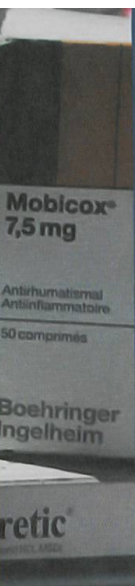
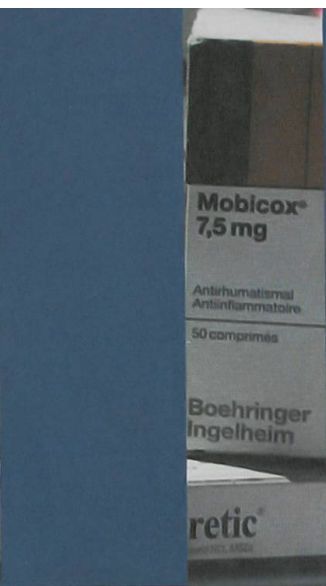


Focolare
Hearth





...dacci oggi il nostro pane quotidiano...
...give us this day our daily bread...





Misure diverse
Try it on for size



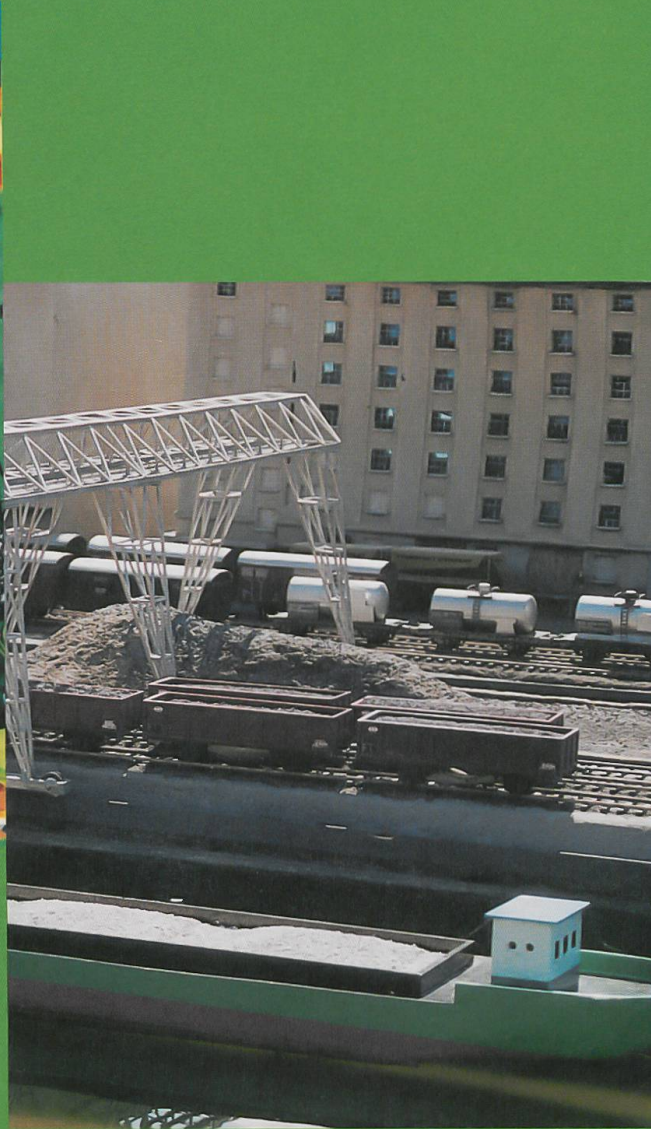


Strada maestra
The main road





Un mondo complesso, globale, multidimensionale
A complex, global, multidimensional world



Cultural Exchange – un trasferimento di valori

Brita Polzer

Nel 1991 Patricia Jacomella e Maria Walther fondano il J&W Management Consulting. Le artiste, che allora avevano rispettivamente 39 e 45 anni, utilizzano un «trend-label» la cui facciata suggerisce professionalità per esprimere l'aspetto sovversivo del loro lavoro. Infatti, il loro obiettivo mira alla democratizzazione del capitale invece del suo incremento. Non offrono azioni con promettenti quotazioni in borsa o vere e proprie opere d'arte, ma oggetti artigianali del Terzo Mondo.

«Cultural Exchange» è il titolo di un progetto presentato nel 1993 a New York. Su dieci piedistalli bianchi sono stati presentati dieci piccoli oggetti; ad esempio un tamburello o un animale feroce di legno intagliato, tutti articoli acquistati nelle Botteghe del Mondo¹ e trasferiti tali e quali come «readymade» nel White Cube e, come di consueto accade nel mercato dell'arte, sono stati venduti a prezzi ben superiori del loro costo effettivo. Sin dall'inizio fu stabilito di investire il ricavato nella lotta contro la repressione e lo sfruttamento culturale dei paesi del Terzo Mondo.

Il J&W Management Consulting pone l'arte al servizio dell'impegno politico e sociale. Colloca il denaro al centro del proprio discorso poiché tutti i valori di una società sono subordinati a questo universale mezzo di pagamento. Le artiste da un lato scremano il plusvalore e dall'altro convertono i profitti provenienti dal mercato dell'arte – quasi a volerli assolvere – in valori reali con una produzione interculturale e comunicativa. A parte ciò, propongono una riflessione sulle funzioni del denaro e sul valore che gli si attribuisce.

Un'opera d'arte viene normalmente considerata un investimento conveniente, contrariamente all'opera artigianale proveniente dal Terzo Mondo. Infatti per la prima si è dispo-

sti a versare ingenti capitali mentre la seconda deve essere la più economica possibile. In questo modo piuttosto che sostenere persone e culture minacciate dalla fame e dalla povertà, il denaro affluisce nell'acquisto di opere d'arte prestigiose e sovraestimate.

Il J&W Management Consulting adatta strategie fatali: opera con prezzi maggiorati in base a calcoli speculativi, ma per scopi solidali e usa il mercato dell'arte antepo-
nendovi però un concetto di cultura diametralmente opposto.

Nell'era dell'elettronica, introdurre il commercio di prodotti artigianali del Terzo Mondo come segno di impegno sociale può sembrare un po' nostalgico: alla vista di questi oggetti ci assale il rimpianto per quelle produzioni familiari e artigianali inserite nella vita di tutti i giorni, che in Occidente abbiamo ormai perduto da tempo. In tutte le culture, l'arte da principio non è nata come creazione di prodotti elitari e commerciali, bensì per esprimere azioni, celebrare riti o manifestare atti efficaci e utili alla società. Fuori da questi contesti collettivi l'arte non aveva alcun significato. Il passaggio dall'artefatto all'opera d'arte è avvenuto nell'arco dei secoli, con la secolarizzazione, l'abbandono del collettivo e l'attribuzione sempre maggiore di importanza all'originale e all'individuo in qualità di autore. Siccome il processo di individualizzazione e di feticismo del denaro si condizionano a vicenda, l'orientamento verso rapporti collettivi e performanti potrebbe offrire una via d'uscita alla gerarchia dei valori basata sul denaro.

A sostegno delle culture non occidentali, il J&W Management Consulting ricorre a strategie sempre nuove. Nel 1996 per il progetto «L'ombre en feu» ha emesso «Wertpapier» (carte valori) stampati su fogli di carta a mano proveniente dal Nepal. Con l'acquisto dei titoli si investiva contempora-

neamente nella pubblicazione del manoscritto fino allora inedito «L'ombre en feu» della scrittrice senegalese Younousse Dieng, proposto dalla casa editrice «Les nouvelles éditions africaines du Sénégal».

Le artiste prima propongono concretamente chi e come aiutare finanziariamente ed in seguito procedono con molto pragmatismo; in questo caso grazie all'acquisto di carta a mano collaborano al progetto umanitario nepalese sostenuto da Helvetas. Piuttosto che condurre proprie ricerche in paesi lontani, il J&W Management Consulting preferisce usufruire dell'esperienza e della conoscenza di organizzazioni umanitarie già esistenti: lavora con Helvetas, con l'Aiuto all'estero di Caritas svizzera, con diverse Botteghe del Mondo e con centri culturali di paesi in via di sviluppo. Questa collaborazione presume fiducia e buona volontà da parte di ognuno.

Il J&W Management Consulting non si limita soltanto a deviare il flusso del denaro, a volte lo blocca per indurci ad una pausa di riflessione. Nel 2001, in occasione dell'inaugurazione della prima Biennale di Tirana, ha distribuito banconote rese inutilizzabili stampandoci la scritta «One Way Money» e apponendoci il simbolo di riciclaggio barrato.

In un'altra occasione le due artiste hanno invitato il pubblico prima a comprare e poi a strappare una banconota da un dollaro. A chi era in grado di compiere questo atto dissacratorio veniva consegnato in cambio un sacchetto di terra quale vero valore.

Quando il denaro perde la sua funzione astratta di pagamento o cessa di essere valore di scambio neutrale, allora acquisisce un ruolo materiale ancorato nell'hic et nunc, si concretizza in merce tattile con la quale ci si può confron-

tare. Esso può così essere manipolato da tutti e ognuno gli può attribuire valori propri.

Il J&W Management Consulting si occupa di valori immateriali, la cui manifestazione è però legata al concreto. Con le sue performance offre forme di solidarietà, di comunicazione e un insieme di azioni che vengono sperimentate in campo artistico per poi essere trasferite in ambito politico. Nel mondo dell'arte viene così presentata una realtà che, anche se transitoria, può avere ripercussioni sul nostro modo di vivere.

¹ Le Botteghe del Mondo sono negozi che vendono prodotti provenienti dal Terzo Mondo sulla base del commercio equo.



Cultural Exchange – A Value Transfer

Brita Polzer

Patricia Jacomella and Maria Walther founded J&W Management Consulting in 1991. Aged 39 and 45 at the time, the artists chose the trendy label as a slick professional façade for their “subversive” activities. Because, instead of wanting to grow capital, they aim to democratize it, and instead of selling shares, or at least “the right kind of art”, they offer Third World crafts.

“Cultural Exchange” was the title of a project shown in New York in 1993. On each of ten white plinths a small item, such as a little bush drum or a wild animal made of wood, was displayed. All of the pieces had been bought from alternative trade shops and transferred unaltered to the White Cube, as ready-mades. They were sold at prices far above the original purchase price, as is customary in the art trade. The proceeds, it was explained, were to be invested in the struggle against the repression and cultural exploitation of the countries of the Third World.

J&W Management Consulting demonstratively place their art in the service of a political and social cause. In the process, they shift money centre stage because a society tends to reveal all of its values in its relationship to this universal means of payment. On the one hand, Jacomella and Walther want to turn a concrete financial profit and – in the spirit of an indulgence – translate art-market earnings into “genuine values”, namely intercultural production and communication. But beyond that, they prompt reflection on the function of money and the value we attribute to it. Works of art are considered worthwhile investments, Third World crafts are not. The former are allowed to carry a high price-tag, the latter are expected to be as cheap as possible. Instead of supporting living contexts and cultures whose very existence may be threatened by famine, the money

flows into prestigious, overpriced works of art. J&W Management Consulting adapt these fatal strategies: when they operate with inflated, speculative prices, it is for the purposes of fellowship and solidarity. They use the dynamics of the art market to advance a concept of culture that is its diametrical opposite.

In our electronic age and service-industry economy, there is a slightly nostalgic quality about deploying Third World products as a sign of social commitment. At the sight of these pieces we are perhaps beset by a feeling of nostalgia (paired with an urge to buy) over the familial warmth and communal artisanship that have long disappeared from Western life. But in no culture did art start out primarily as an individual process aimed at producing select and saleable material goods. It originally manifested itself in socially efficacious acts – in rites and performative behaviour outside which the works themselves possessed no significance. The elevation from artefact to artwork went hand in hand with secularization, disengagement from the collective and an increasing fixation on originality and individual authorship. As the process of individualization and the fetishization of money are evidently mutually conditional, an orientation towards collective and performative contexts could be a way out of the money-fixated hierarchy of values.

J&W Management Consulting find ever new strategies in their quest to support non-Western cultures. In “L’ombre en feu” (1996) they sold allegedly promising shares – printed on handmade, deckle-edged paper from Nepal – in a profit-making project. The investment purchasers made was in the proposed publication by Les Nouvelles Editions Africaines du Sénégal of the until then unpublished manu-

script "L'ombre en feu" by Senegalese author Younoussé Dieng. The artists concretely propose who is to be helped how, and take a similarly pragmatic approach themselves, in this case by buying the deckle-edged paper from a Nepalese development-aid project supported by The Swiss Association for International Cooperation Helvetas. Instead of undertaking their own research in distant lands, they call on the experience and knowledge gained by existing organizations, working with Helvetas, the foreign-aid section of Caritas Switzerland, various alternative trade shops and non-European cultural centres. This presupposes both trust and the will to cooperate.

But J&W Management Consulting not only channel the flow of money; sometimes they simply call a halt to its seemingly natural movement – to give people time to stop and think. At the opening of the Tirana Biennale in 2001, they distributed banknotes that had been invalidated by being stamped with the words "One Way Money" and the crossed-out recycling symbol. Then there was the time they asked the audience to tear up one-dollar bills. Everyone capable of committing this heinous deed was presented with a little pouch of soil, as something of genuine value. When money ceases to operate as an abstract economic quantity and neutral instrument of exchange, when it is instead granted a palpable material identity anchored in the here and now, one becomes aware of it as a tangible object with which one can concretely confront oneself. It becomes a tractable value for every individual to use responsibly.

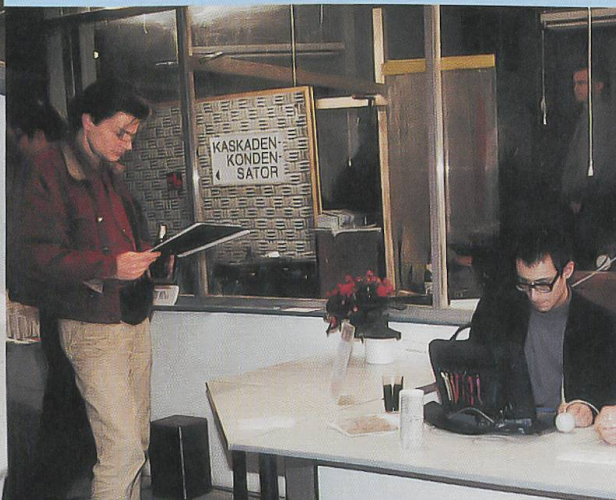
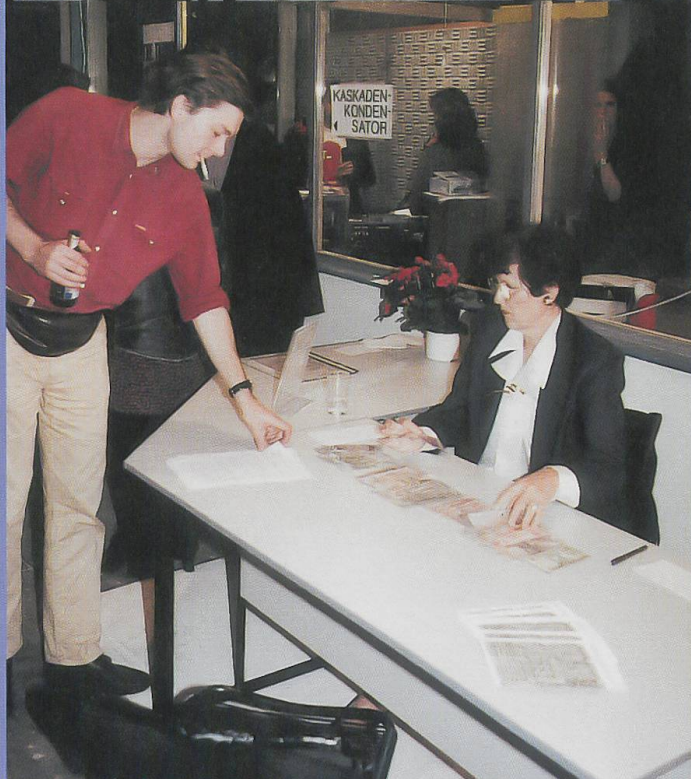
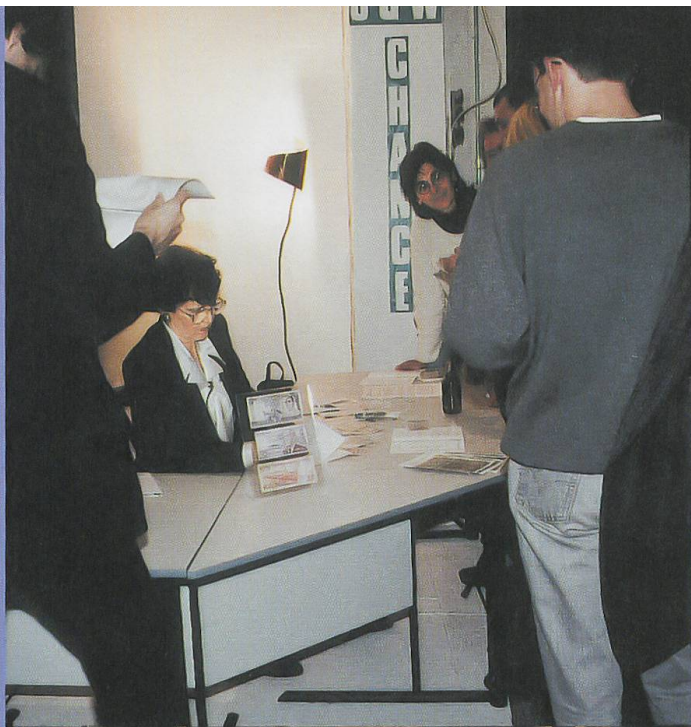
The non-material values that concern J&W Management Consulting can only be demonstrated in a material context. Through their performances, the artists offer forms of soli-

arity and communication and a grasp of the interrelatedness of actions that, once tested in an artistic framework, may easily spill over into the political world. With that, artistic spaces become places for the creation of a reality that is capable – if only temporarily – of affecting perception and experience.



Culturalexchange
Soho Discoveries, Montserrat Gallery, New York, 1993





J&W Change Office
Performance Index, Wardeck pp, Basel, 1995

Africa	Exchange rates		J&W rates in CHF	Exchange rates in CHF
Algeria	DZD	100.00	100.00	2.75
Egypt	EGP	1.00	100.00	0.34
Ethiopia	ETB	100.00	100.00	21.60
Ghana	GHC	100.00	100.00	0.11
Kenya	KES	100.00	100.00	2.68
Liberia	AFA	1.00	100.00	1.17
Libya	LYD	1.00	100.00	3.25
Mauritius	MUR	100.00	100.00	6.72
Morocco	MAD	100.00	100.00	13.76
Nigeria	NGN	1.00	100.00	0.05
Seychelles	SCR	100.00	100.00	24.25
Sierra Leone	SLL	1.00	100.00	0.0020
South Africa	ZAR	1.00	100.00	0.33
Sudan	SDD	100.00	100.00	3.04
Tanzania	TZS	100.00	100.00	0.21
Tunisia	TND	1.00	100.00	1.22
Uganda	UGX	100.00	100.00	0.13
Zaire	CDF	100.00	100.00	0.032
Zambia	ZMK	1.00	100.00	0.0015
Zimbabwe	ZWD	1.00	100.00	0.14

L'ombre en feu

Estratto della campagna pubblicitaria

Excerpt from the advertising campaign

J&W

MANAGEMENT CONSULTING

Art Label

WERTPAPIER

Nr. 0038-1996.51/100

Im Wert von SFr. 500.-- (fünfhundert)

Hiermit wird bestätigt, dass

.....
in am

an die Aktion "L'OMBRE EN FEU" des
J&W MANAGEMENT CONSULTING
beteiligt ist.

Zug - Taverne,

Jacomella Patricia

Walther Maria

Caro appassionato d'arte

Ti manca lo spazio per altre opere d'arte?

In questo caso acquista un'opera d'arte immateriale! Diventerai compartecipe di un'opera d'arte multiculturale.

Dal 1991 lavoriamo per una nuova forma di investimento interculturale. Tramite la vendita di prodotti provenienti dal Terzo Mondo offriamo al collezionista la possibilità di definire un'opera d'arte, la quale rappresenta una concreta possibilità di comunicazione tra le diverse culture.

In questo caso arte e «produzione di opere» non sono equivalenti, la qualità artistica dipenderà dalla qualità della comunicazione. Il J&W Management Consulting, con questo progetto, si prefigge di attuare un cambiamento nella vigente scala dei valori.

Il denaro perderà la sua supremazia a favore di una nuova trasparenza del pensiero e una maggiore consapevolezza nell'agire.

A questo scopo abbiamo emesso dei «Wert-papier» (carte valori) stampati su carta a mano proveniente da una cooperativa nepalese sostenuta da Helvetas.

Con l'acquisto di queste «carte valori» offriamo un eccellente investimento. Ma non in ambito monetario, la cui speculazione si è rivelata fallimentare sotto tutti i punti di vista: il vero guadagno è rappresentato da una migliore qualità di vita.

Dear Art Lover

Have you run out of space for more works of art?

If so, why not buy an intangible work of art and participate in a multicultural project?

We have been working to advance a new, intercultural form of trade and investment since 1991.

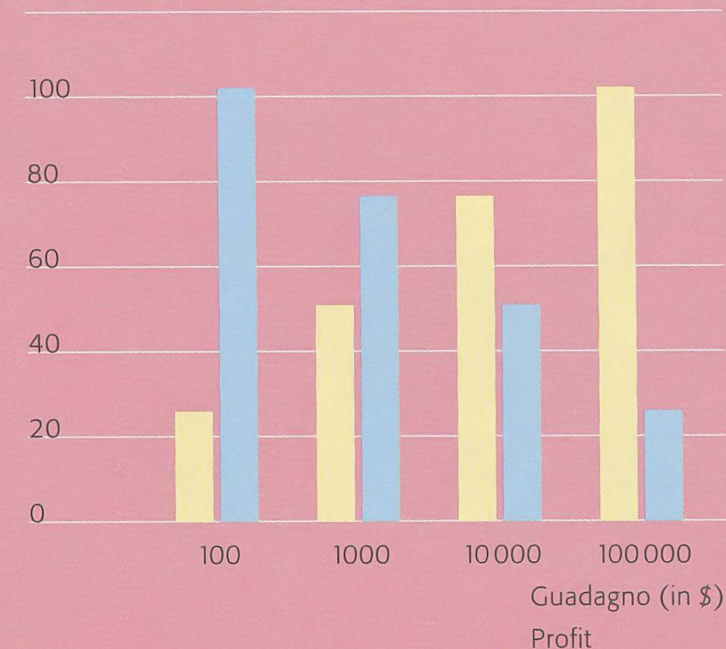
The sale of Third World products offers the art collector a chance to define a work of art that represents a genuine opportunity for intercultural communication.

Art and the "production of a work" are not equated here, for in this new context artistic quality becomes dependent on the quality of communication.

J&W Management Consulting are preparing to bring about a shift in the present hierarchy of values. Soon money will yield pride of place to a new transparency of thought and action. With this in mind, we have issued "shares", printed on handmade paper produced by a cooperative in Nepal and supported by Helvetas. These shares are a first-rate investment. For a change, performance is not judged in terms of money, where speculation can be disappointing in more ways than one. Here, improved quality of life is the real gain.

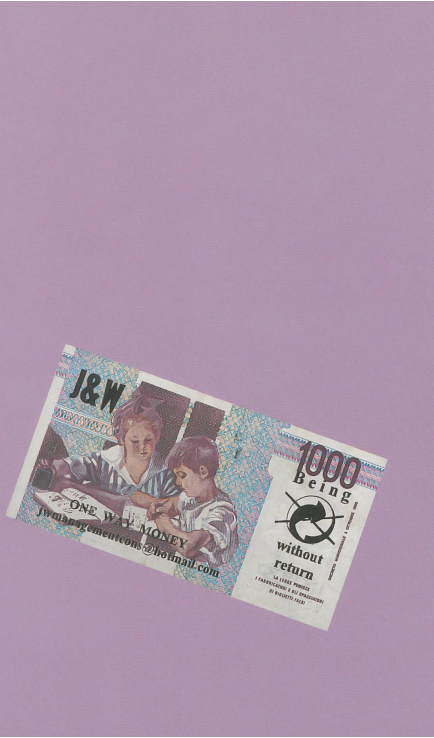
Qualità di vita (in %)
Quality of life

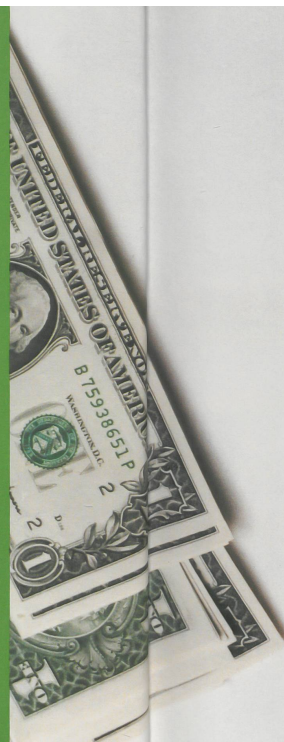
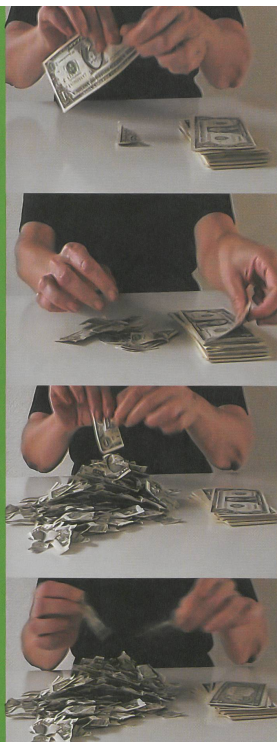
EUR
J&W





One Way Money
Tirana Biennale 1, 2001





Less is more
Performance, atelier d'artista/artist's studio, 2002



L'artista diventa venditore e l'acquirente protagonista del progetto
The artist becomes the vendor and the buyer the main character in the project



The Wonder Shop
Che c'è di nuovo? La scena artistica emergente in Ticino / What's new? The emerging art scene in Ticino, Museo Cantonale d'Arte, Lugano, 2003

NIP

Not Important Person

Tokyo	Nikkei	8 547,17
Zurich	Swiss Market	4 754,80
Paris	CAC 40	3 048,32
Milan	Mibtel	18 684,00
London	FT-SE 100	4 129,30
Frankfurt	Dax	3 064,56
New York	Nasdaq	1 590,75
New York	Dow Jones	8 897,81

VIP

Very Important Person

Testi di Miriam Makeba e Edward Wilmot Blyden.

Text by Miriam Makeba and Edward Wilmot Blyden.

NIP&VIP

Apertura ufficiale, 50^{ma} esposizione internazionale d'arte
Official opening, 50th International Art Exhibition
La Biennale di Venezia, Venice, 2003



J&W Management Consulting

è stato fondato nel 1991 da Patricia Jacomella – nata nel 1952 a Ginevra – e Maria Walther – nata nel 1944 a Rocca del Colle. / J&W Management Consulting was formed in 1991 by Patricia Jacomella – born in Geneva in 1952 – and Maria Walther – born in Rocca del Colle in 1944.

www.jw-art.com

info@jw-art.com

Performances

- 2003 «NIP & VIP», apertura ufficiale, 50^{ma} esposizione internazionale d'arte / Official Opening, 50th International Art Exhibition, La Biennale di Venezia, Venice
«NIP & VIP», Art Basel
- 2002 «Verzichten Sie auf Objekte!», Art Basel
- 2001 «One Way Money», Tirana Biennale 1, Tirana
«Less is more», Performance, atelier d'artista/artist's studio
- 1995 «Performance im Box», Shedhalle, Zurich
«J&W Change Office», Performance Index, Warteck pp, Basel
- 1994 «J&W», Art Basel

Selezione mostre collettive / Selected group exhibitions

- 2003 «The Wonder Shop», «Che c'è di nuovo? La scena artistica emergente in Ticino», Museo Cantonale d'Arte, Lugano
«Kaufen Sie neue Werte!», Basis, Kunstpanorama Luzern, Lucerne
- 2002 «TransCultural Exchange», Fuller Museum of Art, Brockton (USA)
- 2001 «Documenta USA», Museum of New Art, Detroit
- 1996 «Bambino, Violenza, Società», Prato dei Miracoli, Pisa
- 1993 «Culturalexchange», Soho Discoveries, Montserrat Gallery, New York
- 1991 «Art Strike», Kunsthalle Fri-Art, Fribourg

Progetti / Projects

- 2002 «Ein Grundrecht, die Erde», Zentralschweizer
Kunstschaffen, Lucerne
- 2001 «What happens to Money?», progetto per spot TV /
project for a TV Spot
- 1997 «TABU», progetto / project EXPO (01) 02
- 1996 «L'ombre en feu», progetto in corso / project in
progress
«Neue Bilder für Südafrika», progetto per il Sud Africa
/ project for South Africa
«Burkina Faso», workshop con bambini / workshop
with children, Prato dei Miracoli, Pisa

Azioni / Actions

- 2001 «Aktion 20011», Virtual Happening
- 1998–2000 «Anti-Production Time Is Production Time»
- 1995 Workshop «Boxen Tag», Shedhalle, Zurich

Selezione bibliografica / Selected bibliography

- Elio Schenini, «Che c'è di nuovo? La scena artistica emergente in Ticino». Museo Cantonale d'Arte, Lugano, 2003
- Roman Keller & Barbara Wiskemann, «Expomat: 1341 Projekte der Mitmachkampagne für eine Schweizer Landesausstellung». Verlag Patrik Frey, Zurich, 2002
- Jürgen Raap, «Kunst und Kapital: metaphorische Symbiose und politische Kritik». In: Kunstforum International, vol. 149, 2000
- Jolanda Pietrobelli, «Bambino, Violenza, Società». Edizioni Prato dei Miracoli, Pisa, 1996
- Roland Schenkel, «Der Wert von Kunst – eine Behauptung?». In: Neue Zuger Zeitung, Zug, 5.1.1996
- Beate Engel, «Wahrer Wert und Warenwert». In: Wochenzeitung (Woz), Zurich, 22.12.1995
- «J&W Change Office». In: Performance Index. Exhibition catalogue, Basel, 1995

Testo / Text: Brita Polzer è critica d'arte e redattrice presso la rivista d'arte «Kunst-Bulletin». / Brita Polzer is an art critic and an editor at «Kunst-Bulletin».

Traduzioni / Translations: Pia Bagnaschi, Thalwil; Eileen Walliser-Schwarzbart, Riehen; bmp translations, Basel

Redazione / Editing: Sara Plutino, Zurich; Eileen Walliser-Schwarzbart, Riehen

Concetto grafico / Design: Patricia Jacomella, Zug; Maria Walther, Tavernes

Consulenza e tipografia / Supervision and typography: Kaspar Mühlemann, Weinfelden

Stampa / Printing: Neidhart + Schön AG, Zurich

Collection cahiers d'artistes

Herausgegeben von der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia

© 2004 Pro Helvetia und die Autorinnen

Editée par la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia

© 2004 Pro Helvetia et les auteures

Edita dalla Fondazione svizzera per la cultura Pro Helvetia

© 2004 Pro Helvetia e le autrici

Published by the Arts Council of Switzerland Pro Helvetia

© 2004 Pro Helvetia and the authors

Pro Helvetia, Hirschengraben 22, CH-8024 Zurich

info@pro-helvetia.ch

www.pro-helvetia.ch

ISBN 3-907622-94-4



Pro Helvetia

Fondation suisse pour la culture

Collection cahiers d'artistes

