

Museo e Design alimentano processi di comprensione. Si incontrano e favoriscono l'incontro

ILARIA BOLLATI – VALERIA MOREA

Museo come dispositivo di attrazione

Cosciente dell'importanza della trasformazione¹ in atto, proprio in questi mesi ICOM ha deciso di aprire un dibattito sulla revisione dell'attuale definizione di museo, risalente agli anni Settanta e modificata nel 2007. Ha scelto di aprire un dibattito online, consentendo a chiunque di inviare la propria definizione di museo, in vista della conferenza generale a Tokyo di settembre 2019². Ha posto enfasi sull'evoluzione in atto, di senso e modalità, proponendo una costruzione di significato collettiva e condivisa. Una prospettiva integrata, che presuppone l'importanza dell'interpretazione non solo di chi studia il museo e le sue pratiche ma anche di chi lo frequenta e lo fruisce. Di tutti noi, prima persone, probabilmente visitatori e forse addetti ai lavori. Il presente lavoro, seppur non prodotto da storici dell'arte né museologi, è un contributo alla conversazione in corso sul significato di museo, specialmente rispetto al suo ruolo. Il punto di partenza è l'analisi di esperienze reali di tipo museale e para-museale, che confermano la necessità di rivedere la definizione di museo e, più originalmente, suggeriscono una possibile via da seguire per l'elaborazione della definizione stessa. Le esperienze analizzate sono state selezionate in base a criteri che ne permettono confrontabilità e coerenza seppur nella varietà del contesto progettuale e culturale in cui si inseriscono. In particolare, la scelta delle esperienze è stata guidata da fattori quali la contemporaneità di realizzazione - dal 2010 al 2019 - e l'elevata capacità dialogica e cognitiva con il visitatore e il luogo in cui si

¹ Trasformazione in termini di: estrazione del valore culturale durante l'esperienza di visita, modificazione del rapporto con il proprio pubblico a favore di un dialogo sempre più paritario, ascolto di una società mutevole e sempre più abituata ad una fruizione e conoscenza cross-mediale.

² <https://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>

inserirono³. Le esperienze considerate sono organizzate innanzi tutto in base alla dicotomia interno-esterno (vedi Figura 1). Il risultato atteso è l'individuazione di una tendenza dell'istituzione museale a interpretare un ruolo di facilitatore nel contesto urbano.

Negli ultimi decenni, come conferma l'adeguamento della sua definizione in ambito ICOM, il museo ha cambiato la sua funzione per la città e di conseguenza le sue modalità di produzione di valore. Insieme ai suoi precursori, quali i *Cabinets des Curieux* o le *Wunderkammer*, e alla sua forma, ha seguito uno sviluppo di continua apertura dei propri confini e di modificazione dei propri scopi, secondo un processo che nei secoli ha ampliato la fascia dei visitatori.

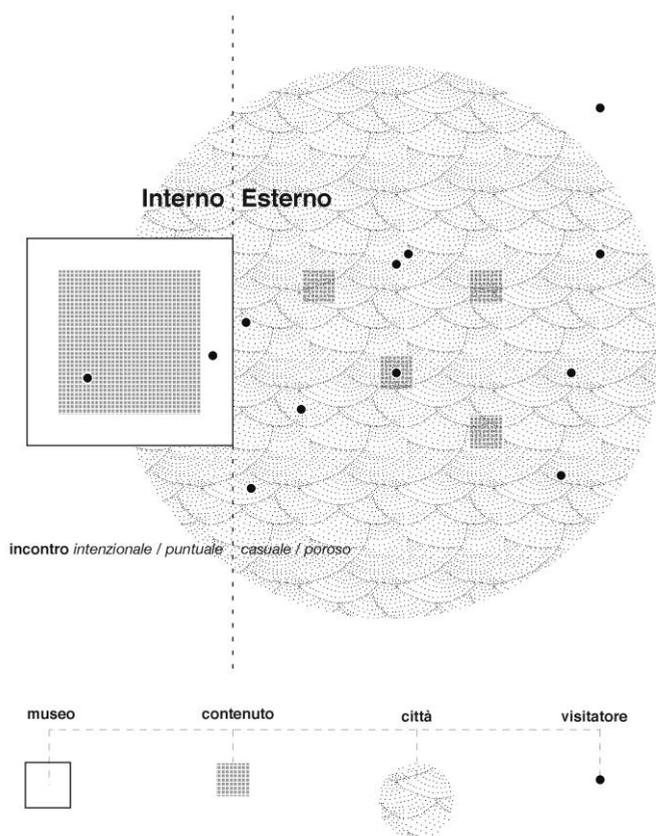


Fig. 1 Mappa concettuale degli elementi chiave e delle modalità di incontro

³ Inoltre, per ragioni legate a circostanze professionali, le autrici hanno una certa familiarità con i casi selezionati, cosa che ha favorito la raccolta di informazioni, dall'ideazione alla percezione, dei progetti.

Sorto per incarnare la retorica del potere di sapere e nato da passioni collezionistiche, cresciuto in una temperie borghese come deposito del bello universalmente condiviso e valido, il museo sta attraversando una rilevante trasformazione che tende a mutarne le stesse ragioni d'essere (Sacco e Trimarchi, 2004), non più custode inerte di memorie, storia e storie altrui, ma generatore di trame di senso, apprendimento e diletto (Benett, 1995). Si confronta con il nostro tempo, la trasformazione delle città in cui si colloca, lo stato di febbrile mobilità itinerante delle persone tra diversi luoghi e con diversi scopi. «Da araldi di identità nazionali e di narrative monofoniche, il museo è stato progressivamente delegato a sostenere la nascita di comunità civiche plurali, in grado di rispondere tanto ai bisogni in continua evoluzione dei popoli quanto alla sete di "molteplicità" dell'odierna cultura transnazionale» (Parati, Postiglione e Pozzi, 2012, pp. 3-4).

Il museo non rispecchia più l'immagine che lo ritraeva come tempio polveroso o custode di un'alta conoscenza non sempre accessibile. Non si limita alla conservazione degli oggetti e alla loro disposizione in buon ordine, come su una tavola, per osservarli, etichettarli, misurarli. Cerca di dividerli e interpretarli continuamente. È diventato dispositivo di attrazione, alimentando processi di comprensione e proponendosi come il luogo di relazione visitatore-collezione e il visitatore-visitatore. «Il museo sembra essere sempre più l'attivatore di un dialogo in continua rinegoziazione tra alcune costanti: l'architettura, l'allestimento, la collezione e il pubblico» (Rinaldi, 2012. P. 1) o, come «arena di discorso e negoziazione utile a definire nuove forme di cultura pubblica» (Szwaja, Ybarra-Frausto, 2006, pp. xi-xiv).

Il museo si trasforma sotto lo sguardo vigile di un visitatore consapevole e partecipe, si mostra sempre più come una stratificazione di senso. Il museo e la sua visita richiedono un'interpretazione e una fruizione olistica dei contenuti e delle esperienze proposte, fondandosi su rapporti conoscitivi di carattere dialogico. Il museo infatti, «assomiglia ad una semiosfera»⁴ e diviene, a sua volta, contenitore di più elementi in gioco e

⁴ «Immaginiamo la sala di un museo nella quale siano esposti oggetti appartenenti a secoli diversi, iscrizioni in lingue note e ignote, istruzioni per la decifrazione, un testo esplicativo redatto dagli organizzatori, gli schemi di itinerari per la visita della mostra, le regole di comportamento per i visitatori. Se vi collochiamo anche i visitatori con i loro mondi semiotici, avremo qualcosa che ricorda il quadro della semiosfera.» (Lotman, 1985, p. 64)

La citazione qui proposta sottolinea quanto il museo e la sua visita richieda sempre più

fattore di significative svariate dinamiche relazionali alla base di nuove costruzioni di significato e modelli di interpretazione. Aumenta l'attenzione nel considerare il senso che la visita di un museo possa assumere per il visitatore, concentrandosi sulla trasmissione efficiente dell'informazione o messaggio dell'Istituzione e non esclusivamente sul tema prescelto.

Gli elementi e la sequenza chiave del modello passato e della tradizione sono evidenti: un comunicatore (chi spedisce o trasmette) invia un dato messaggio a un dato ricevente (visitatore) attraverso un dato mezzo. Se dapprima tale comunicazione era sempre stata unilaterale e lineare, ora prevede uno scambio paritario tra i suoi interlocutori.

Museo e Design, incontri e vibrazioni

La trasformazione museale «in un sistema complesso di voci e soggetti non è ovviamente semplice e immediata, ma deve passare per una modifica strutturale del modo di concepirne il progetto, l'organizzazione e l'uso» (Parati, Postiglione e Pozzi, 2012. p. 5). Tale evoluzione investe inevitabilmente altre pratiche disciplinari connesse al museo stesso. Il design è diventato un attore fondamentale, per la progettazione dell'esperienza del visitatore all'interno (e all'esterno) del museo su diversi livelli, di cui esposizioni e percorso di visita sono un esempio. Ogni allestimento, permanente e non, richiede un'attenta analisi, progettazione e produzione. Partecipare a una mostra non significa esclusivamente prendere visione di una serie di opere d'arte. Esperire tutto ciò che ci porta a fruire le opere stesse diventa parte integrante dell'esperienza.

Nicolas Bourriaud in *Esthétique Relationelle* spiega l'Arte come stato d'incontro. Musei, gallerie e fondazioni divengono "micro-comunità" che consentono preziosi incontri e momenti di relazione. Nel suo libro, pur portando a esempio delle sue tesi testimonianze di opere che sono predisposte a questa forma relazionale, egli sottolinea il fatto che il valore dell'opera scaturisce proprio durante l'incontro; incontro di cui lo spazio è mediatore. L'ambiente e l'allestimento, oggetti del design e delle sue pratiche, divengono così elementi fondamentali nell'esperienza di visita e nell'accesso cognitivo ai contenuti proposti dall'istituzione museale. Concepisce l'opera e il suo allestimento come attivatore di immaginari con-

un'interpretazione e fruizione olistica dei contenuti ed esperienze proposte, fondandosi su rapporti conoscitivi di carattere dialogico.

divisibili, di processi in cui autore e spettatore sono parte attiva e integrante dell'opera (Rosa, 2012). La forma di un'opera d'arte nasce dalla negoziazione con l'intelligibile che abbiamo ereditato. Attraverso essa, l'artista avvia il dialogo.

L'intersoggettività diventa l'essenza della pratica artistica. Le relazioni e i momenti di incontro visitatore-opera, opera-visitatore, visitatore-visitatore divengono l'essenza dell'esperienza di visita. Nel suo testo *Your Engagement has Consequences*, Olafur Eliasson, particolarmente affascinato dalle dinamiche percettive-comunicative, ribattezza queste relazioni, che si stabiliscono tra diversi oggetti e tra oggetto-soggetto durante uno scambio, con il termine «vibrazioni». Racconta molto chiaramente:

Ciò che mi interessa particolarmente in relazione al layout di istituzioni come i musei e, ovviamente, alle ideologie e strutture di potere incarnate da queste istituzioni, sono i modi in cui esse comunicano con il visitatore [...]. Io guardo ai musei e ad altri spazi simili dal punto di vista esperienziale [...]. Credo sia cruciale che istituzioni che devono svolgere il ruolo di comunicare l'arte si focalizzino sull'esperienza del visitatore piuttosto che sulle opere stesse, al fine di dispiegare il proprio potenziale socializzante (Eliasson, 2006, p. 60).

Riportando queste considerazioni al campo della museografia e del design, viene spontaneo interrogarsi sulla possibile ricaduta del concetto di vibrazione sul rapporto tra visitatore e oggetto nello spazio espositivo (Parati, Postiglione e Pozzi, 2012). La parola "incontro" indica la direzione di un movimento verso qualcosa o qualcuno, eliminando la sfumatura ostile insita *in contro*. L'alterità con cui ci si confronta, entità viva o oggetto, non viene più letta come *l'opposto da me*, ma come un'occasione *compresente* di arricchimento, confronto e scambio. A livello spaziale tale concetto si accosta a quello di confine *poroso* così come espresso da Richard Sennett (2018), dove il bordo, per esempio un bagnasciuga, è il luogo dell'interazione e dello scambio. Nelle parole di Sennett: «Una spugna è porosa perché può assorbire l'acqua – ma mantiene la sua forma. Un edificio è poroso quando c'è un libero flusso tra l'interno e l'esterno, ma la struttura mantiene lo stato delle sue funzioni e della forma» (Sennett, 2018, p. 244).

Inoltre, qualsiasi tipo di incontro, dalla preparazione (pre-visita, proseguendo con il parallelismo), al momento in cui si svolge (durante esperienza di visita), al ricordo (post-visita) presuppone una forte componente individuale. In linea con Eliasson, il processo esperienziale è relativo e reso tale dall'esistenza di evidenti differenze nel modo in cui ognuno di

noi percepisce ciò che vede e vive. La presente argomentazione intende mettere in evidenza una nuova tendenza dei musei, che assumono il ruolo di facilitatori di incontri di questo genere. Il lavoro procede pertanto secondo l'individuazione di due aree in cui l'attività interdisciplinare di design e museo, cooperanti con rinnovata sinergia, ruota attorno al valore e all'unicità della persona: internamente all'esperienza museale, in cui l'istallazione artistica incontra il visitatore, ed esternamente, dove il museo ricerca l'incontro casuale con un non-visitatore.

Molteplicità ed espressioni di preferenza durante l'incontro

Si crea così una relazione di co-produzione di senso tra museo (con le sue opere, i suoi messaggi e i suoi contenuti), design (con allestimento, ideazione percorso di visita, esperienze ed interfacce comunicative) e visitatore (con la propria storia, la propria identità, la propria dimensione estetica, la propria capacità critica). Non solo museo e design "producono" in sinergia, impegnandosi a fornire al visitatore esperienze culturali di qualità, ma anche il visitatore "produce" completando il senso delle narrative che gli vengono proposte, talvolta moltiplicandole o generandone di nuove.

L'esperienza museale è in effetti un *experience good* (Varian, 1998). Tale nozione non soltanto definisce la condizione di asimmetria informativa cui il visitatore è soggetto prima di intraprendere il percorso⁵. Essa implica anche il fatto che l'esperienza dipende fortemente anche da chi la vive. Dal capitale culturale, fino all'umore, l'esperienza culturale dipende da un'infinità di fattori che contribuiscono a renderla unica. Al museo non resta che permettere che ciò accada e, per farlo, si serve del design. In quanto plurale, l'esperienza culturale comporta un percorso che può presentare alcuni elementi di sistematicità ma che è inevitabilmente esposto al caso e pertanto all'inconfrontabilità tra soggetti distinti.

Il pubblico della cultura oltre a non essere omogeneo, varia tanto nello spazio quanto nel tempo. Chi si reca al museo verosimilmente è per propria vocazione evolutivo e dunque quanto basta imprevedibile nei gusti e nelle preferenze di domani (Trimarchi, 2019). Nell'ideazione delle

⁵ Seguendo Caves (2000), l'esperienza culturale è affetta non già da asimmetria informativa, ma da simmetrica ignoranza. Infatti, non è solo il visitatore a non sapere cosa aspettarsi da una mostra, da un film, da un libro ecc. Anche chi produce il bene culturale non ha possibilità di prevedere il successo o l'insuccesso del suo prodotto, in una condizione in cui *nobody knows*.

soluzioni di allestimento, comunicazione e servizio, l'approccio di design deve essere cosciente dell'impossibilità di mettere a fuoco con precisione (e a priori) la sequenza soggettiva e cangiante di letture, ascolti, osservazioni, esplorazioni e discussioni che spingono le persone a incuriosirsi e a scegliere di visitare la mostra. Ciò che si può fare è ragionare sul significato etimologico di "cultura" come qualcosa di cui ci si prende e prenderà cura e perciò in continua evoluzione, che infatti influenza il processo culturale che ci aspettiamo durante il percorso di visita. Sicuramente l'esperienza culturale, intesa come processo, è in costante evoluzione, non è ereditaria e crea dipendenza. Più si consuma cultura, più si sente il bisogno di consumarla. L'estrazione del valore culturale conduce alla formazione del gusto e della conoscenza delle proprie preferenze.

Il visitatore, a ogni vibrazione, non è un ricevente generico e passivo che si limita ad assorbire conoscenza da una fonte autorevole. È soggetto attivo dell'incontro, del movimento cognitivo dell'andare verso o del lasciarsi raggiungere. Va oltre le immagini e gli oggetti esposti, trasformandoli in segni parlanti, da interrogare e decifrare, e attivare la capacità del saper vedere, in un'esplorazione attiva. È un interlocutore che prende parte ad uno scambio comunicativo bilaterale, partecipando individualmente e attivamente. Sancisce un processo di costruzione del significato che può essere assimilato a una conversazione (Klamer, 2016; Timpson, 2018). Non un semplice rapporto di causa ed effetto ma un processo complicato secondo una logica aperta e molteplice non solo nella modalità fruizione, ma anche negli interrogativi conoscitivi (Friedman, 2011). «Alla molteplicità di tematiche si affianca poi la molteplicità di strumenti (linguistici, comunicativi, informatici) a disposizione per "mettere in scena" le narrazioni, in un'ottica che vede i musei sempre più come palcoscenici o spazi performativi» (Parati, Postiglione e Pozzi, 2012).

Potremmo dire che ogni incontro, nell'atto in cui avviene, presuppone uno scambio o conversazione, come accade d'altronde nella vita quotidiana di ciascuno di noi. Ricercando nel dizionario, la parola "conversazione" svela una sfumatura ulteriore del ragionamento qui presentato. Viene definita come «colloquio amichevole o familiare cui prendono parte più persone» (Treccani, n.d.). L'aspetto della porosità, riportata sul campo dell'esperienza museale, sembra in effetti costituire il contrappeso fisico e architettonico del concetto di conversazione.

Esperienze reali

La seguente sezione analizza una selezione di pratiche emergenti che permettono di comprendere con quali modalità il museo recepisce che il consumo culturale museale può essere concepito come una molteplicità di incontri e narrazioni, a vari livelli di dialogo tra i soggetti che ne prendono parte. Propone, a seguire, una mappatura di esperienze contemporanee, nazionali e internazionali, che descrivono i rapporti del museo con campi "estranei", individuando differenti gradi di fruttuosa contaminazione, che si muovono mutuamente dall'esterno all'interno dell'istituzione museale e viceversa su due livelli di incontro: dal poroso al puntuale, dal casuale all'intenzionale.

Il museo incontra non solo il visitatore, predisposto da un'intenzione evidente, che lo ha portato a superare la soglia d'ingresso e iniziare il percorso di visita, ma crea delle feritoie per indurre il passante a incontrarlo, o addirittura esce dai suoi perimetri fisici per andargli incontro. Si apre verso la città. Le esperienze raccolte nella seguente sezione illustrano incontri che presentano combinazioni a gradi differenti delle caratteristiche di *puntualità-porosità* e *intenzionalità/casualità*. Quando l'incontro è puntuale e intenzionale, il museo si serve del design per mettere a punto il contatto tra *contenuto* (opera d'arte) e *visitatore* (individuo). All'estremo opposto, il museo, in quanto *contenitore* (presidio culturale) diventa un dispositivo urbano che si relaziona con la città (individui), in uno scambio fondato sulla permeabilità fisica tra interno ed esterno del museo e sulla casualità dell'incontro.

Non è cosa particolarmente innovativa affermare che la cultura e le arti siano di fatto utilizzate come strumento di rigenerazione di aree urbane su diversa scala (Landry e Bianchini, 1995; Landry *et al.* 1996; Miles e Paddison, 2005; Andres e Golubchikov, 2016). A partire dagli anni Ottanta, infatti, il museo ha intrapreso una conversazione con la città sulla base di una funzione non direttamente legata al patrimonio artistico ma principalmente, e forse più genericamente, in quanto detentore di valori sociali e culturali. Un simbolo forte, quale un nuovo edificio dedicato alla bellezza firmato da un grande architetto, è al centro di un progetto che punta a far 'rinascere' un quartiere o una città, secondo strategie definite *flagship* e di *cultural regeneration* (Evans, 2005; Hall e Robertson, 2001). Questo significa che in un certo senso è la presenza di un presidio culturale a innescare un processo di miglioramento di una condizione di degrado, un processo a metà tra l'economico e il sociale. Illustre è il caso

del *Guggenheim* di Bilbao, in cui l'architetto Frank O. Gehry ha progettato l'edificio di un museo che supera per fama il suo contenuto e si è fatto simbolo della rinascita di una città in declino.

La pratica della rigenerazione urbana basata sulla cultura sancisce un nuovo ruolo per il museo nel contesto cittadino. Esso si mostra capace di produrre valore non soltanto in virtù dell'esperienza del suo contenuto ma in quanto istituzione culturale, come significante che opera su una scala più ampia, al di là del rapporto con il visitatore. Allo stesso tempo, il ruolo del museo nella società è stato reinterpretato. Si è aperto gradualmente ad attività meno legate alla conservazione e alla diffusione delle opere d'arte e ha cominciato a cercare il suo interlocutore, il visitatore, con modalità non tradizionali. Se nei teatri d'opera mangiare e bere è dalla loro creazione parte dell'esperienza, non si consideri scontato il ritardo con cui in Italia sono stati introdotti i servizi aggiuntivi nei musei, tra cui la ristorazione, con la legge Ronchey del 1992.

Eppure, il modo in cui i musei svolgono una funzione più organica all'interno della città ricorda quasi l'evoluzione della stazione ferroviaria, da luogo di passaggio a luogo di aggregazione. Numerose esperienze permettono di individuare una tendenza inedita del museo a mettere in pratica *outreach actions*. Il museo esce dai propri confini e lo fa ora come promotore del patrimonio artistico, ora in quanto infrastruttura urbana e sociale, cercando un incontro con la comunità urbana. È in effetti in virtù della possibilità di considerare il museo una infrastruttura, che è possibile spiegarsi il ruolo maggiormente 'pubblico' che cerca il museo, connesso al concetto di "bene sociale", cioè un bene che genera valore attraverso l'impatto che ha sul sistema sociale e le sue interdipendenze (Frischmann, 2012).

Lo spazio del Museo incontra la città

In una recente edizione sul rapporto tra musei e arte pubblica, Krause e Senie (2018) riflettono sul fatto che sia in corso una transizione sul ruolo del museo verso quello di spazio pubblico. Per capire meglio questa tendenza, le autrici hanno raccolto opinioni tra i giovani studenti di arte a New York. Ne è emerso precisamente che «i musei sono spazi pubblici perché forniscono una varietà di servizi e luoghi per attività di tipo sociale, per esempio librerie, negozi, caffè e ristoranti, ma anche una gamma di programmi pubblici per i più giovani e per le famiglie» (Krause, Senie, p. xx). Le nuove generazioni in effetti non vedono il museo come torre

d'avorio ma percepiscono chiaramente la sua rilevanza in senso di apertura, accessibilità, inclusione: spazio pubblico.

Una prima modalità nell'opera di *outreach* avviene con il museo che estende il proprio confine verso il tessuto urbano circostante. È il caso in cui musei, specialmente quelli di nuova costruzione, offrono spazi di multiforme socialità non incentrata direttamente sulla fruizione del patrimonio artistico ma cercano, in quanto presidi culturali, un incontro con la comunità, non necessariamente di soli visitatori. Si può pensare al *Centre Pompidou* di Parigi come pioniera di questa pratica. Il Museo in quanto "contenitore" dialoga con la comunità urbana in un rapporto fondato sulla porosità e la casualità.

Piazza Alighiero Boetti, Zaha Ahdid. Dal 2013, la piazza antistante il museo Maxxi di Roma, inaugurato nel 2010, è stata intitolata all'artista italiano Alighiero Boetti. Questa piazza non è altro che lo spazio di ingresso al complesso museale, su cui si affacciano l'entrata del museo, il ristorante, il bar, la biblioteca e un ulteriore spazio espositivo, oltre ai due accessi su strada. Qui, a rotazione sono installate opere di arte e architettura. Sebbene accessibile soltanto negli orari di apertura del museo, Piazza Boetti è uno spazio frequentato non soltanto dai visitatori del museo, diventando punto di aggregazione per i giovani studenti della biblioteca, i lavoratori della zona che intrattengono una pausa pranzo, intere classi di scuole materne che giocano durante le ricreazioni. Così, l'area diventa un punto di incontro di quartiere, si fa parte integrante del tessuto urbano.

Museumpark, Rem Koolhaas, Yves Brunier e Paul de Ruiter. Si tratta di un parco municipale con numerose sculture di arte contemporanea in una peculiare intersezione del centro di Rotterdam⁶. Il parco è liberamente accessibile e non è gestito direttamente da nessuno dei numerosi musei circostanti, anzi è stato addirittura progettato prima di essi⁷. Il parco è circondato infatti da: *Museum Boijmans Van Beuningen* (arte moderna), *Kusthal* (esposizioni di arte contemporanea), il *Natuurhistorisch Museum Rotterdam* (storia naturale), *Het Nieuwe Instituut* (architettura, moda e design) e le due case museo *Het Chabot Museum*, e *Huis Sonneveld*. Proprio accanto al sistema di musei è situato l'ospedale universitario. La particolarità di questo caso risiede nell'elevato grado di porosità del parco, che si ritrova a ospitare lavoratori, pazienti dell'ospedale, turisti, visitatori degli altri musei e i residenti. Tra le opere presenti, per esempio, troviamo

⁶ <http://www.museumparkrotterdam.nl/> (ultimo accesso 12 maggio 2019).

⁷ <https://en.rotterdam.info/locations/museumpark/> (ultimo accesso 12 maggio 2019).

Screwarch (1982) dell'artista Claes Oldenburg, commissionata dal vicino museo Boijmans per il parco nel 1979. I Musei sembrano essere informati dal design urbano, in un incontro multidisciplinare.

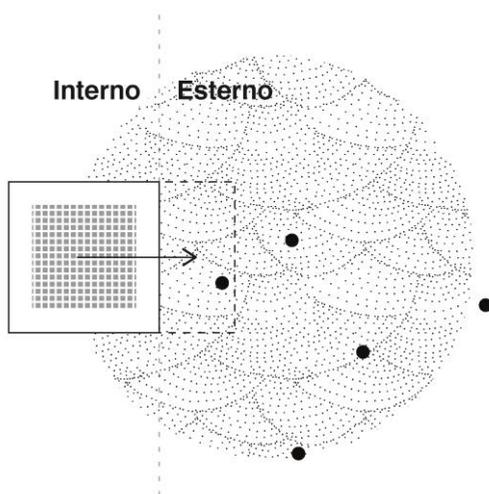


Fig. 2 Visualizzazione concettuale. Il museo incontra la città

Il contenuto del museo incontra la città

Una seconda modalità con cui il museo si sintonizza con la città consiste nel portare l'incontro con l'arte al di fuori dello spazio espositivo: il contesto è ancora poroso ma l'incontro si fa gradualmente più puntuale, in quanto il contenuto prevale sul contenitore. L'opera d'arte è esportata nel tessuto urbano. Questo avviene attraverso l'istallazione di opere nel-

lo spazio pubblico, secondo una logica in cui il museo non limita il proprio interlocutore alla cerchia dei visitatori, ma estende la propria attenzione al di là della sua soglia fisica.

Your Rainbow Panorama, Olafur Eliasson. *ARoS Aarhus Kunstmuseum* ospita dal 2011 la struttura artistico-architettonica sul tetto dell'edificio, da cui i visitatori possono osservare dall'alto la cittadina danese attraverso un vetro il cui colore gradualmente attraversa tutte le tonalità dell'arcobaleno. Sebbene si tratti di un'opera interna al museo, cui si può accedere solo come visitatore del museo, la fruizione della stessa in senso più ampio prescinde dall'ingresso. L'anello colorato è infatti ben visibile da moltissimi punti della città ed è diventato un vero e proprio *landmark*. Si tratta di un incontro bilaterale poiché la città e il museo, attraverso l'opera, sanciscono un'unione formale che non è soltanto di tipo percettivo ma con implicazioni, di tipo strategico, anche sul *city branding*: «la città unisce arte e politiche urbane» (Samson, 2016, p. 296).

Carmela, Jaume Plensa: Il *Palau de la Musica* di Barcellona ha ospitato nel 2016 un'esposizione di quattro sculture sul tema della classicità. Una di queste sculture, *Carmela* di Jaume Plensa, era installata all'esterno del palazzo, in una intersezione di *calles* disfunzionale. L'installazione avrebbe dovuto essere rimossa alla fine dell'esposizione temporanea di cui faceva parte. La scultura ha avviato un dialogo con lo spazio circostante, migliorando la qualità dell'area, tanto da portare la comunità di residenti e utenti della zona a intraprendere una campagna di attivismo per ottenere che *Carmela* restasse lì. E ha funzionato. L'artista di Barcellona e la municipalità hanno accolto l'istanza della collettività stipulando un accordo, rinnovabile, per il quale la statua resterà gratuitamente nello spazio pubblico per 8 anni.

Il Museo strizza l'occhio ai visitatori (e non)

Il museo diviene sempre più poroso, con perimetri sempre più permeabili, e cerca di accogliere informalmente. Cerca di sorprendere con incontri inaspettati e di riconnettersi alla città con morbidezza e informalità. Secondo una logica di graduale progressione verso la categoria del *puntuale - intenzionale*, qui il museo mette in relazione il suo contenuto con un visitatore non ancora intenzionale. Il cittadino, o il turista, supera la soglia quasi senza accorgersene, vi si reca per altri motivi o altre tipologie d'incontro. Il museo diviene il luogo piacevole di altre attività quotidiane, il punto di incontro per un caffè di lavoro, una chiacchiera con gli

amici o una riunione informale. Alcune caffetterie dei musei diventano sempre più spazi integrati con il loro contesto, e prosecuzione ideale del percorso espositivo.

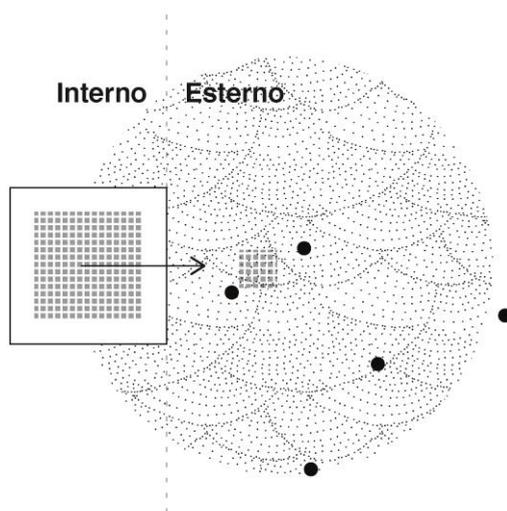


Fig. 3 Visualizzazione concettuale. Il contenuto del museo incontra la città

Solo pensando a Milano, il caffè della *Fondazione Prada*, progettato dal regista Wes Anderson, il recente ristorante delle Gallerie d'Italia, ideato dallo studio Michele De Lucchi o il *Caffè Fernanda* della Pinacoteca di Bre-
ra recentemente inaugurato. Quest'ultimo, tassello fondamentale di un ampio mosaico di rinnovamento voluto dal direttore James Bradburne, firmato da *rgastudio*, ambisce ad una dimensione aperta, pubblica, gene-

rosa.

Caffè Fernanda, Pinacoteca di Brera. Caffè Fernanda prende il nome dalla visionaria direttrice Fernanda Wittgens, il cui sogno era quello di creare un "museo vivente". Si colloca nell'ex ingresso principale e vi si accede senza dover acquistare il biglietto di ingresso. È aperto a tutti, come un qualsiasi bar. Eppure, una qualsiasi caffetteria non è. Mostra fin da subito una forte coerenza cromatica e materica con l'allestimento museale. L'intenso color ottanio scelto per le pareti anni Cinquanta è coerente con i diversi toni caldi che si incontrano nelle sale espositive, e esalta quattro grandi opere d'arte⁸ presenti nel caffè stesso. Inoltre, dalle comode poltroncine ottone e rosa antico, sorseggiando il proprio thè o cocktail a seconda delle ore della giornata, si può ammirare il busto di *Fernanda Wittgens* di *Marino Marini* mentre dai tavoli di fronte al banco si può osservare il ritratto di Attilio Rossi e scorgere *Il bacio* di Francesco Hayez, esposto nell'ultima sala del museo. Il museo dona ai presenti della Caffetteria scorci inediti o intere opere visibili normalmente al solo visitatore. Strizza l'occhio, in un incontro informale e volutamente non intenzionale, ma già puntuale, perché mette al centro l'opera d'arte. Con serietà, ammicca e invita alla curiosità. Lo stesso menù veicola contenuti del museo, nel raccontare attraverso i testi la persona di Fernanda Wittgens o nel rappresentare visivamente dei particolari o dei dettagli di opere esposte al suo interno. Si fa conoscere con serenità e delicatezza.

Eye Film Institute, Amsterdam. *L'Eye Film Institute* prosegue nella stessa direzione. Superato l'ingresso centrale e il foyer, un'enorme gradinata conduce all'Arena⁹ dov'è presente una vasta area ristorante, affacciata con grandi vetrate sull'acqua del fiume IJ e collegata con i corridoi d'ingresso a sale espositive e di proiezione. Prima ancora di accedere al percorso espositivo vero e proprio, nei luoghi nevralgici di contatto, i contenuti del museo si avvicinano in punta di piedi al visitatore o passante. Lo informano con leggerezza e consentono al visitatore di interagire con installazioni puntuali ed analogiche, facendo proprio lo spazio attorno a sé. Si incontrano casualmente ma rendono lo spettatore un attore e lo predispongono al saper vedere.

⁸ La Conversione del Duca d'Aquitania di Pietro Damini, Le tre Grazie di Bertel Thorvaldsen, il busto di Fernanda Wittgens di Marino Marini e il suo ritratto eseguito da Attilio Rossi.

⁹ Il soffitto dell'Arena stessa è costellato dagli Starbricks: moduli geometrici cubici assemblabili per formare gruppi luminosi di qualsivoglia dimensione messi a punto proprio dall'artista Olafur Eliasson.

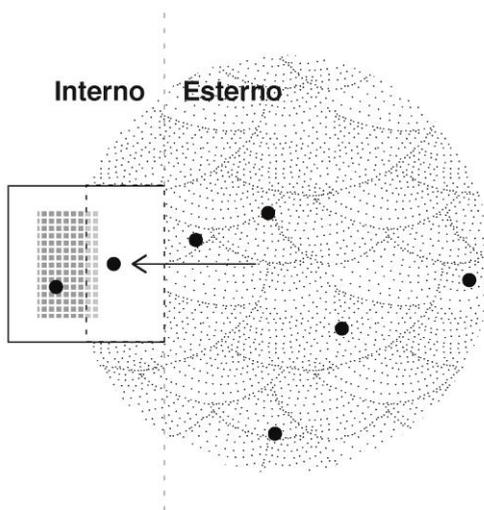


Fig. 4 Visualizzazione concettuale. Il museo strizza l'occhio ai visitatori (e non)

Il Museo informa le altre istituzioni

Abramović Method for Treasures, The Black Diamond. Il polo opposto all'incontro *poroso* e *casuale* è l'incontro tra opera e visitatore, che si caratterizza come *puntuale* e *intenzionale*. La sorpresa è che tale conversazione può avvenire a prescindere dal contenitore – museo. Talvolta, le logiche museali fuoriescono dal luogo a cui sono preposte, il museo, e informano altri luoghi e istituzioni in un fertile rapporto. Nel *Black Diamond* di Copenaghen, la biblioteca reale, Marina Abramović organizza una nuova mostra, a cavallo con la performance, relazionandosi con la

figura del visitatore, indispensabile all'opera stessa¹⁰. Quest'ultima prende forma in una biblioteca, pur sottendendo consuete regole espositive. Preziosi manoscritti antichi non consultabili dietro un grande cilindro di vetro, al centro della stanza, sedute, letti *minimal* su misura lungo le pareti perimetrali. Uno spazio fortemente connaturato, predisposto alla fruizione personale ed individuale. Cuffie attivabili a proprio piacimento nell'arco di tempo stabilito e un luogo da far proprio nel movimento, posizione e postura del corpo, concentrato nell'ascolto. Libri da esplorare e indagare mentalmente con i propri tempi e strumenti. L'artista, durante l'incontro, guida il visitatore oltre la pura contemplazione visiva, dapprima per una collaborazione intellettuale e interpretativa, estesa successivamente a una partecipazione fisica ed emotiva, che gli conferiscono una funzione capitale al compimento dell'opera (Bovio, 2018).

RovelloDue, Piccolo Teatro. Alla stessa stregua, *RovelloDue - Piccolo Spazio Politecnico* trasla all'ingresso di una istituzione Teatrale un'installazione multimediale più tipicamente museale. Progettato a Milano, scaturisce dalla collaborazione sinergica di due istituzioni, Piccolo Teatro e Politecnico. Offre ai cittadini un inedito ingresso al Chiostro Nina Vinchi e Teatro, donando loro una breve esperienza interattiva e immersiva. Aumenta la permeabilità e accoglienza di un luogo per tutti, troppo spesso percepito per pochi. Dona la possibilità di entrare in comunicazione, liberamente e in maniera ludica, con contenuti rilevanti e tal volta poco conosciuti. Un incontro regalato, un incontro di sorpresa che supera le distinzioni disciplinari tra i differenti ambiti culturali. Le due Istituzioni hanno aperto i rispettivi archivi e messo in circolazione i materiali, attraverso spettacolari narrazioni interattive. Un serbatoio di memorie e conoscenze intangibili. La scelta di soluzioni tecnologiche ha segnato, inoltre, un'attenzione significativa del design alla sperimentazione della fruizione stessa, ai meccanismi multimediali di interazione e ai loro esiti. Nel toccare con mano i possibili risultati dell'inserimento, e dell'applicazione, dell'innovazione digitale nella filiera artistica e culturale, si sono alternati sette argomenti differenti con altrettanti allestimenti. Anche in questo caso, si è indagato quanto la componente tecnologica al momento dell'incontro, visitatore-contenuto, visitatore-opera e visitatore-visitatore, sia in grado di liberarsi dalla passività contemplativa e di innescare processi di partecipazione attiva e lettura emozionale, risvegliandone la dimensione più creativa dell'immaginazione.

¹⁰ <http://www.kb.dk/en/dia/udstillinger/abramovic.html>

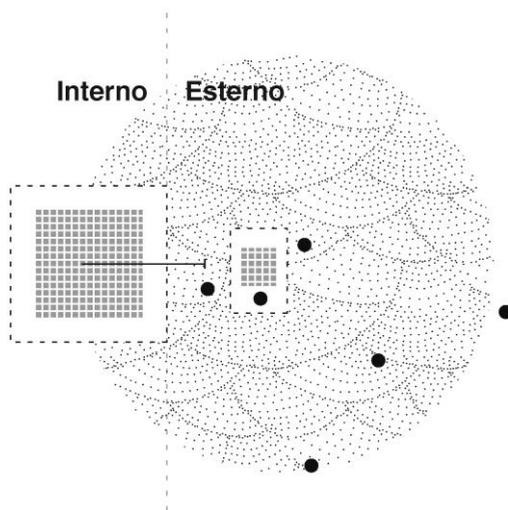


Fig. 5 Visualizzazione concettuale. Il museo informa le altre istituzioni

Il Museo «corre dentro» altre discipline

Weaving the Cosmos, Civico Planetario *Ulrico Hoepli*. Con la mostra *Weaving the Cosmos*, Tomás Saraceno accompagna il visitatore in un viaggio emozionante sotto la cupola del planetario di Milano. Nello spazio oscuro e avvolgente del cielo stellato, l'artista argentino fa incontrare il visitatore, sia teoricamente che fisicamente, con la scala macro del cosmo e quella micro del mondo dei ragni. Immersa in un ambiente buio, la persona è inevitabilmente chiamata a riformulare il modo di interagire con lo spazio circostante, entrando in empatia con il mondo dei ragni. Grandi teche metalliche in *wireframe* senza protezione sono state progettate per

mettere in luce la trama complessa delle ragnatele, per renderle impalpabili, quasi fossero trame dorate, evocando similitudini, di forma e scientifiche, con la composizione filamentosa del cosmo. Allo spettacolo visivo si aggiunge la percezione sonora. Grazie a sofisticati sistemi di sonificazione, in cui le vibrazioni vengono tradotte in suoni, si può percepire l'attività dei ragni all'interno della tela, rimandando metaforicamente alle onde gravitazionali che attraversano lo spaziotempo cosmico. Un incontro di messaggi e contenuti differenti, una conversazione scientifica tra aracnologi e astrofisici. Ma non solo. Un incontro emozionale e sensoriale che sancisce un'esperienza fortemente immersiva per la persona. Il superamento delle barriere disciplinari tra design e museologia viene in questo esempio portato allo stremo, invertendo le regole del gioco. La pratica museale non solo informa il Design e le sue consuetudini progettuali ma opera una vera e propria incursione. L'artista argentino viene chiamato dal marchio Bulgari a esporre le sue Opere, secondo logiche puramente museali, proprio durante la settimana del design milanese per antonomasia.

Conclusioni

Nell'ottica della conversazione, il design organizza il percorso di visita, sia temporaneo che permanente, in installazioni, momenti di contatto tra visitatore e contenuto o visitatore ed esperienza, puntuali, generando una narrazione che, seppur nella medesima storia, può apparire del tutto personale e costituirsi diversamente di volta in volta.

La mappa delle esperienze passate in rassegna ha individuato la tendenza del museo a intraprendere conversazioni con soggetti diversi. Il museo in quanto presidio culturale si afferma come dispositivo urbano, assume una funzione di attrattore di socialità. In questo senso, il museo dialoga con un pubblico più ampio di quello dei visitatori. È una infrastruttura e, in un contesto di casualità si fa attivatore di *sociability* (Simmel, 1949).

Qui l'istituzione museale dialoga apertamente con la città. Un passaggio intermedio verso l'esperienza puntuale dell'opera esposta nel percorso museale avviene quando è il contenuto del museo a offrirsi fuori contesto, il museo propone opere d'arte al non-visitatore, sia nella forma di arte nello spazio urbano come a Barcellona e Århus, sia strizzando l'occhio a un pubblico che non intenzionalmente si ritrova a incontrare l'opera, come nei casi di Bar Fernanda e Eye Film Institute.

Quando poi l'opera incontra il visitatore, la logica museale prescinde addirittura dal museo stesso, in pratiche che a tutti gli effetti sono percorsi espositivi di arte contemporanea in contesti non museali, ancorché culturali, come la biblioteca di Copenaghen e il Salone del Mobile di Milano. Il museo finisce per fare una vera e propria incursione negli ambiti diversi, seppur non lontani, del design e dello spazio pubblico.

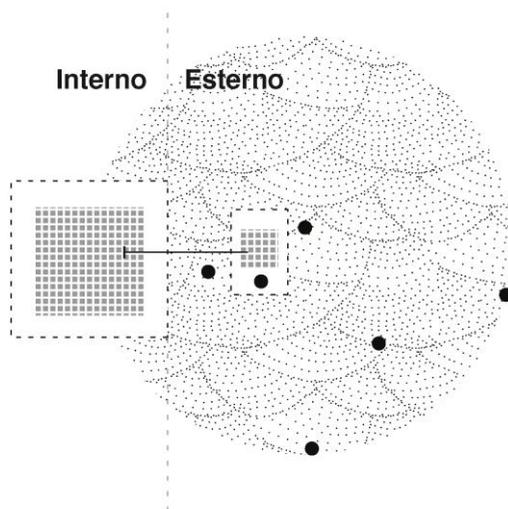


Fig. 6 Visualizzazione concettuale. Il Museo corre dentro altre discipline

Quando il museo trasforma il suo confine in bordo, come suggerito dal concetto di porosità (Sennett, 2018), si fa permeabile in un modo che sembra inseguire la costituzione di un terzo luogo, fuori dai regni del lavoro e della famiglia, un luogo di valori condivisi tra i partecipanti, dove

chi accorre può trovare, e quindi in seguito aspettarsi, una «conversazione vivace» (Oldenburg & Brisset, 1982, p. 269).

La lettura di tali pratiche, quasi tutte recentissime, suggerisce che la conversazione cui prende parte il museo è una *shared practice*, una pratica condivisa, secondo l'accezione di Klammer (2004, 2016) in cui i valori condivisi sono al centro della contribuzione dei diversi attori del dialogo, superando la logica di mercato basata sull'incontro tra domanda e offerta. Sebbene la mappatura proposta sia lontana dall'essere comprensiva di tutte le esperienze innovative in atto in Europa, e senz'altro parziale rispetto a quello che effettivamente il museo faccia per la società, il contributo del presente lavoro è l'individuazione di una linea di interpretazione su cui costruire ulteriori indagini che permettano di prefigurare in maniera maggiormente concreta quale sarà lo scenario futuro della trasformazione museale. La definizione di museo necessita di una sostanziale ridefinizione perché il ruolo del museo sta cambiando, assumendo sempre più centralità nella dimensione urbana.

Accogliendo e ospitando le relazioni, le vibrazioni, che si generano tra soggetto e oggetto, nelle combinazioni graduali di contenuto e contenitore, visitatore e comunità urbana, dove entrambi sono osservatori e osservati, il museo potrebbe divenire catalizzatore di una sinergia che già nei suoi spazi contribuirebbe alla definizione di un'identità sia personale che collettiva.

Museo e design alimentano processi di comprensione non solo disciplinare ma cognitiva. Si incontrano e favoriscono l'incontro, mostrando molte più sfumature di quelle ipotizzate all'inizio del nostro ragionamento. Oltre alla relazione tra visitatore - collezione e visitatore - visitatore, museo e design stimolano nuovi punti di contatto tra istituzione - città, città - visitatore, istituzione - istituzione in un'infinita scala di *nuance* tra interno ed esterno, prefigurando scenari sempre più accoglienti e permeabili.

Bibliografia

- Andres, L. e Golubchikov, O. (2016). *The Limits to Artist-Led Regeneration: Creative Brownfields in the Cities of High Culture*, «International Journal of Urban and Regional Research», vol. 40, no.4, pp. 757-75.
- Balzola A. e Rosa P. (2011), *L'arte fuori di sé. Un manifesto per l'età post-tecnologica*, Feltrinelli, Milano.
- Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: history, theory, politics*. Routledge, Londra e New York.
- Bollo A. e Dal Pozzolo L. (2005) *Analysis of Visitor Behaviour inside the Museum: An Empirical Study*, «Proceedings of the 8th International Conference on Arts and Cultural Management», vol.2, Montreal.
- Bourriaud, N., (2010). *Estetica Relazionale*. Postmedia Editore, Milano.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*. Harvard University Press, Cambridge e Londra.
- Cirifino, F., Giardina Papa, E. e Rosa, P. (a cura di). (2011). *Musei di narrazione. Percorsi interattivi e affreschi multimediali*, Silvana Editoriale, Milano.
- Eliasson, O. (2006). *Your engagement has consequences: On the Relativity of Your Reality*. Lars Muller Publisher, Baden.
- Friedman, Y., (2013) *L'Ordre compliqué et autres fragments*. L'Eclat.
- Frischmann, B. M. (2012). *Infrastructure. The Social Value of Shared Resources*. Oxford University Press, Oxford.
- Karp, I. et al. (a cura di), *Museum frictions: public cultures / global transformations*, Duke University Press, Durham e Londra.
- Klamer, A. (a cura di). (1996). *The Value of Culture: On the Relationship between Economics and Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press, Amsterdam.

- Klamer, A. (2004). *Cultural Goods Are Good for More than Their Economic Value*. In Rao, V. e Walton, M. «Culture and Public Action». Stanford University Press, Stanford, pp.138-162.
- Klamer, A. (2016). *The Value-Based Approach to Cultural Economics*. «Journal of Cultural Economics» vol. 40, no. 4, pp. 365–73.
- Landry, C. e Bianchini, F. (1995). *The Crative City*. Comedia. Stroud.
- Landry, C., Greene L., Matarasso, F. e Bianchini, F. (1996). *The Art of Re-generation. Urban Renewal through Cultural Activity*. Comedia, Stroud.
- Lotman J. M. (1985), *La semiosfera*, Marsilio, Venezia.
- Lupo, E. (2007), *La cultura come pratica abilitante di costruzione sociale della città*, «Passaggi. Rivista Italiana di scienze transculturali» vol. 14. Carocci, Roma.
- Miles, S., a Paddison, R. (2005). *The Rise and Rise of Culture-Led Urban Re-generation*. «Urban Studies» vol. 42 no. 5–6, pp. 833–39.
- Oldenburg, D. e Brisset, R. (1982). *The Tirdth Place*. «Qualitative Sociology» vol. 5, no. 4, pp. 265 - 284.
- Ranciere, J. (2011), *The Emancipated Spectator*, La Fabrique, Parigi.
- Rao, V. e Walton, M. *Culture and Public Action*. Stanford University Press, Stanford.
- Rinaldi, M. (2012). *Dal Tempio alla Semiosfera*. Conversazioni sul Museo alla GNAM di Roma.
- Samson, K. (2016). *Aesthetic Performativity in Urban Design and Art*, in Kristiansen, E. e Harsløf, O. (a cura di), «Engaging Spaces: Sites of Performance, Interaction, and Reflection», Museum Tusulanum Press, Copenhagen.
- Sennett, R. (2018). *Costruire e Abitare. Etica per la città*. Giangiacomo Feltrinelli Editore, Milano
- Simmel, G. e Hughes, E.C. (1949). *Sociology of Sociability*. «American Jour-

nal of Sociology», vol. 55, no. 3, pp. 254–61.

Studio Azzurro (2010), *Sensitive City*, Scalpendi, Milano

Szwaja L., Ybarra-Frausto T. (2006), *Foreword*, in Karp, I. et al. (a cura di), «Museum frictions: public cultures / global transformations», Duke University Press, Durham e Londra.

Trimarchi M. e Sacco P.L. (2003). *Il museo invisibile, Centro Promozione e Servizi di Arezzo all'Osservatorio Impresa e Cultura e dal Sistema Impresa e Cultura*.

Trimarchi, M. (2014), *Urbs e Civitas: una mappa della cultura*, in De Biase, F. (a cura di), «I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement». Franco Angeli, Milano.

Turner V. (1993). *Antropologia della performance*. Il Mulino, Bologna

Varian, H. R. (1998). *Markets for Information Goods*. N.d.

Sitografia

Den Sorte Diamant, n.d., <http://www.kb.dk>

Museumpark, n.d., <http://www.museumparkrotterdam.nl/>

Rotterdam Municipality, n.d., <https://en.rotterdam.info>

Treccani, n.d. *Vocabolario*, www.treccani.it/vocabolario/conversazione