

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA  
Progetto QUA\_SI  
Corso di Dottorato in Società dell'Informazione



# FRUIZIONE DEI BENI CULTURALI, NUOVE TECNOLOGIE PER LA COMUNICAZIONE ARTISTICA E DIDATTICA NEI MUSEI

Tutor: chiar.<sup>mo</sup> Prof. Guido Martinotti  
Centro QUA\_SI

Tesi di dottorato di:

Dott.<sup>ssa</sup> Mirella FERRARI  
Matricola n° 708052

Ciclo XXII  
Anno Accademico 2009/2010



*Ars est celare artem*

*A tutti coloro che mi hanno pazientemente sostenuto*



## INDICE

### Sommario

INTRODUZIONE.....	8
1 CAPITOLO PRIMO: Le Teorie sul linguaggio dell'arte e le Poetiche espressive dell'oggetto d'arte. ....	10
1.1 La critica artistica presemiotica, il puro visibilismo, le estetiche simboliche, l'iconologia e le teorie psicologico-analitiche.....	10
1.2 La Sociologia dell'arte e lo Storicismo di Wölfflin.....	45
1.3 Semiotica ed Estetica .....	49
1.4 Teorie della Comunicazione .....	55
1.5 Tendenze attuali.....	59
2 CAPITOLO SECONDO: L'arte proposta dalle istituzioni .....	76
2.1 Poetiche espositive e modelli di consumo .....	76
2.1.1 Visitatore modello e utente modello .....	76
2.1.2 Il museo come modo di vedere: la visibilità del manufatto.....	80
2.1.3 Gli elementi attivi nell'interpretazione artistica: oggetto, curatore, osservatore.....	86
2.1.4 Il modello aristotelico.....	90
2.2 Il museo nella storia: sviluppi spaziali e arte del mostrare .....	92
2.3 Il museo come tecnologia della memoria, dell'identità e dell'alterità. ....	97
2.4 I Monstra .....	103
2.5 Tassonomie interpretative per la comunicazione museale .....	110
2.5.1 L'allestimento: gli spazi, le luci, i materiali e la scienza.....	110

3	CAPITOLO TERZO La Comunicazione dell'oggetto artistico: I Servizi didattici museali	118
4	CAPITOLO QUARTO; La comunicazione dell'oggetto artistico: il patrimonio dei beni culturali e le nuove tecnologie digitali .....	148
4.1	Lo scenario normativo della Comunità Europea: valorizzazione, tutela, accessibilità, unicità dell'opera d'arte .....	148
4.2	Relazione tra arte e nuove tecnologie: domanda, offerta, modelli, progetti .....	155
4.3	Quali sono le nuove tecnologie per i Beni Culturali e come vengono usate?.....	171
4.4	La ricerca italiana ed europea: le nuove tecnologie applicate ai Beni Culturali ..	177
5	CAPITOLO QUINTO: La ricerca sulla Fruizione dei Beni Culturali .....	184
5.1	Metodologia .....	184
5.2	Studi di riferimento .....	185
5.3	FASE 1 M-ART - Prototipazione di una piattaforma per la fruizione artistica per la Basilica di Sant'Ambrogio .....	186
5.3.1	Metodologia formativa: i learning object su supporto mobile per l'apprendimento artistico	188
5.3.2	Tecnologia impiegata: piattaforma ET Mobile Learning .....	192
5.3.3	Risultati del campione coinvolto nella modellizzazione del prototipo M-ART....	194
5.3.4	Considerazioni generali sull'interazione con tecnologie mobili durante una visita artistica	195
5.4	FASE 2 – QUESTIONARIO INVESTIGATIVO .....	196
5.4.1	Commento ai risultati del questionario .....	232
5.5	FASE 3 – FOCUS GROUP .....	233
5.5.1	Report del focus group .....	233
5.5.2	Commento ai risultati del focus group .....	236
	CONCLUSIONI.....	238
	BIBLIOGRAFIA.....	247
	APPENDICE 1 – GLI STRUMENTI DI INDAGINE.....	256
	APPENDICE 2 – FREQUENZE RISULTATI QUESTIONARIO .....	276



## INTRODUZIONE

Questa ricerca rappresenta un tentativo di indagine sulla fruizione artistica con specifico interesse rivolto alle tecnologie evolute. Se, da una parte, la domanda di ricerca è incentrata sulla riflessione relativa alle modalità di fruizione dell'esperienza artistica, dall'altra, il tema si estende a numerosi ambiti disciplinari che sembrano imprescindibili per potersi orientare nell'indagine del fenomeno. La storia e la tradizione, particolarmente in Italia, ha accumulato i contributi dell'estetica, della storia dell'arte, della sociologia, della pedagogia e di numerose altre discipline specifiche che oggi, più di ieri, vengono in contatto con le sollecitazioni e le sfide di settori fino a poco tempo fa ancora molto distanti, come quello delle nuove tecnologie informatiche. Per sviluppare una riflessione sui comportamenti del pubblico di fronte ad un museo, per capire il ruolo sociale, la dimensione politica e istituzionale di questi luoghi che identificano una comunità o una cultura è stato necessario fare ricorso alla contaminazione interdisciplinare, cercando di non complicare il discorso e mantenerci il più vicini al proposito di ricerca.

Per questo l'indagine si divide in due parti: la prima incentrata sulle teorie che hanno tentato di indagare il bene culturale e di offrire dei modelli teorici, nonché sulle poetiche espositive e sui modelli che le istituzioni prediligono nell'allestire una mostra, sia essa temporanea che permanente; la seconda, a partire dai risultati di diverse esperienze e ricerche empiriche, indaga gli ambiti di consumo dell'oggetto artistico, ovvero i laboratori didattici offerti in Italia e in Europa, con qualche eccellenza Statunitense, e analizza il bene culturale mediato dalle nuove tecnologie, concentrando gli sforzi della ricerca sul campo, suddivisa a sua volta in tre fasi, che hanno visto l'alternarsi di metodologie qualitative e quantitative differenti in fase applicativa e di estrazione dei risultati.

Questo lavoro che è stato portato a termine in diversi anni, ha visto coinvolte molte persone a livello di campionatura, differenti discipline per l'esigenze legate alla modellizzazione di un prototipo tecnologico per lo studio dell'interazione mediata da strumenti *mobile* dei Beni Culturali, nonché molti dati di natura quantitativa. La finalità, che i nostri sforzi hanno voluto perseguire in una logica di ibridazione dei saperi a vocazione scientifica e a vocazione umanistica, è quella, da una lato, di indagine dell'ambito comunicativo artistico, spesso dimenticato dalle scienze comunicative e non tenuto in con-



siderazione da quella storiche; e dall'altro di analisi e riflessione sull'applicazione delle nuove tecnologie alla sfera dell'arte, con specifico interesse per l'apprendimento informale e il 'consumo' del bene artistico da parte di un utenza più di curiosi che non di cultori.

Le domande attorno alle quali si svolge tutto il lavoro sono diverse, ma collegate: “Qual è la natura della relazione che l'oggetto culturale intrattiene con il suo fruitore? Le nuove tecnologie facilitano o ostacolano il 'consumo' del bene culturale? Le tecnologie evolute e in particolar modo quelle *mobile* possono facilitare l'apprendimento informale di contenuti? I musei quale ruolo svolgono per la cittadinanza oggi? E come si posizionano tra gli oggetti di intrattenimento? Quali strumenti utilizzano per attrarre il pubblico, se la volontà è quella di svolgere una funzione di intrattenimento? Quali nevralgie e fragilità mette in mostra il museo, oggi? Esiste una qualche relazione tra il bene culturale e la scuola? Quale relazione esiste tra Scuola e Museo, tra didattica e bene artistico?”.

Si è tentato di dare alcune risposte a tali quesiti nelle pagine che seguono: ovviamente questa tesi non si prefigge l'obiettivo dell'eshaustività, tanto è vasto il settore scientifico indagato e tanti e diversi potrebbero essere gli approcci investigativi dai quali partire, per cercare di rispondere alle complesse domande poste pocanzi.

# **1 CAPITOLO PRIMO: LE TEORIE SUL LINGUAGGIO DELL'ARTE E LE POETICHE ESPRESSIVE DELL'OGGETTO D'ARTE.**

## ***1.1 LA CRITICA ARTISTICA PRESEMIOTICA, IL PURO VISIBILISMO, LE ESTETICHE SIMBOLICHE, L'ICONOLOGIA E LE TEORIE PSICOLOGICO- ANALITICHE***

Per orientare lo scenario teorico culturale all'interno del quale si svolge il lavoro di ricerca è necessario, anche se un po' rozzamente, passare in rassegna le teorie della critica d'arte, partendo dalla seconda metà dell'Ottocento, nella fattispecie dalla *teoria della pura visibilità*, che il fondatore Konrad Fiedler aveva elaborato affiancato dallo scultore Adolf Hildebrand e dal pittore Hans von Marées. Il principio fondante della teoria in questione è quello per cui non occorra costruire una nuova estetica, quanto piuttosto formularne una che si basi sulla 'capacità del vedere artistico': infatti il mondo sensibile non si esprime attraverso i simboli del linguaggio, piuttosto si raffigura mediante la rappresentazione visiva, che grazie allo sforzo dell'artista diviene vera espressione.

*“L'artista non si distingue per una particolare capacità visiva [...] si distingue piuttosto per il fatto che la peculiare facoltà della sua natura lo mette in grado di passare immediatamente dalla percezione visiva alla espressione visiva...”*(Calabrese 1989, 6). Il limite di questa teoria, se vogliamo, si può rintracciare nel passaggio dalla teorizzazione alla prassi, tant'è che da concetti come “espressione visiva” si passa a una vera e propria categorizzazione in stili. Sarà Hildebrand nel *Problema della forma* (1949) a indicare la via per passare dal momento teorico a quello applicativo, tentando una preliminare classificazione dei simboli visivi, distingue fra differenti forme in relazione agli oggetti artistici, che altro non sono che categorie di rappresentazione, parla dunque di “forma attiva” in contrapposizione a quella “esistenziale”; di “visione lontana” e “visione vicina”.

La vera sistematizzazione in categorie avverrà grazie allo sforzo di Heinrich Wölfflin, nei *Concetti fondamentali della storia dell'arte* (1946) fa derivare i passaggi artistici dallo stile e dal periodo, facendo riferimento alla costruzione di elementi formali, distinti per opposizione, a esempio 'visione lineare/visione pittorica', 'forma chiusa/forma aperta' ecc. In tal modo il barocco altro non sarebbe che una sequenza di cate-

gorie: pittoricità; profondità; forma aperta; unicità; chiarezza relativa della visione. Una ulteriore evoluzione della teoria è riconducibile a Henri Focillon nella *Vita delle forme* (1972) che riprende dalla teoria del puro visibilismo il concetto per cui ogni forma artistica possa essere indagata in modo autonomo, come se fosse singolare nella sua espressività e quindi unicità. Partendo da queste premesse approderà all'idea che le forme non siano altro che successioni di metamorfosi, processi in cui la stabilità si alterna alla instabilità, che altro non sono che gli 'stili', i quali non seguono evoluzioni lineari ma un processo simile alla andata e al ritorno.

Al primo quarto del secolo scorso sono riconducibili alcuni degli sviluppi fondativi della storia dell'arte di matrice linguistico - simbolica; la culla di tali indagini è la Germania, i suoi progenitori sono Aby Warburg e Ernst Cassirer.

**Aby Warburg** è considerato oggi uno dei padri della storia dell'arte, che ebbe il merito di distinguerla da altre discipline e indirizzarla all'autonomia scientifica, nonché il progenitore della iconologia, come disciplina che si distingue dalla iconografia, in quanto a differenza di questa studia le relazioni tra le immagini<sup>1</sup>, aspirando a un compito più complesso della iconografia, che invece si occupa della descrizione delle stesse.

Nasce ad Amburgo da una famiglia di banchieri di origine ebraica, sin dai suoi primi studi universitari la sua attenzione è indirizzata alla storia dell'arte, all'archeologia, all'antropologia e alla storia delle religioni. Decisivo sarà il suo viaggio a Firenze tra il 1888 e il 1889 che inaugurerà un rapporto di amore con la produzione artistica italiana. A partire dalle sue prime ricerche nel saggio sulla *Nascita di Venere* e su *La Primavera* di Botticelli l'interesse si concentra sulle fonti iconografiche, letterarie e storiche della produzione italiana. Tra i principali oggetti del suo interesse la figura della 'ninfa', le feste, il teatro, la ritrattistica quattrocentesca, la tradizione astrologica arabo-persiana, la persistenza in età moderna di miti e riti ancestrali. Già da queste poche indicazioni si intuisce l'ampiezza degli interessi di Warburg che peraltro è testimoniata dalla biblioteca a cui si dedicò, oggi presso il Warburg Institute a Londra, nel corso di tutta la sua vita.

Nel 1895/96 Warburg attraversa l'Atlantico per il matrimonio del fratello e si reca a New York. In occasione di questo viaggio visita la Smithsonian Institution e colpito dal

---

<sup>1</sup> Fonte: Devoto Oli (2004) per iconologia si intende, lo studio illustrativo delle figure allegoriche o simboliche; nella critica d'arte moderna, interpretazione dell'opera figurativa tendente a coglierne il significato culturale attraverso l'analisi degli elementi formali

lavoro di alcuni antropologi ed etnologi, decide di visitare gli Stati dell'Ovest e i villaggi Pueblo: è da questa esperienza che inizia a riflettere su una possibile conferenza su queste tematiche presso la Società di Promozione Fotografica Amatoriale di Amburgo.

Figura 1: Aby Warburg con gli indiani Pueblo,

[http://www.engramma.it/engramma\\_v4/warburg/fittizia1/30/030\\_schedaserpente.html](http://www.engramma.it/engramma_v4/warburg/fittizia1/30/030_schedaserpente.html).



Il 21 Aprile del 1923 Warburg tiene presso la clinica Bellevue di Kreulingen in Svizzera, per i medici e pazienti, li ricoverati assieme a lui, a causa di ripetute crisi nervose, il noto intervento poi editato con il titolo di *Lecture on Serpent Ritual* (1939). Col il suo intervento voleva dimostrare di essere in grado di sostenere la fatica del lavoro scientifico e quindi di essere guarito.

L'atlante di immagini, *Mnemosyne* (1929), rimasto incompiuto alla sua morte, è il lascito e la maggiore fatica dell'autore. L'Atlante si apre con l'indicazione per 'figura' dell'ambito culturale, geografico e storico delle immagini, oscillando tra polo magico e matematico nella tradizione culturale occidentale dal Mediterraneo al Nord Europa. Ciascuna delle immagini è il risultato della declinazione del rapporto uomo – cosmo, dalla superstizione alla conquista tecnologica del cielo.

Figura 2: illustra l'incipit dell'Atlante, che mette in risalto la relazione tra l'uomo e il mondo secondo schemi cosmici terrestri e genealogici, che interpretano la realtà perseguendo le dinamiche delle costellazioni, dello scambio e dell'ordinamento sociale,

[http://www.engramma.it/engramma\\_v4/homepage/35/sezion\\_alpha\\_omega/alpha/c.html](http://www.engramma.it/engramma_v4/homepage/35/sezion_alpha_omega/alpha/c.html).

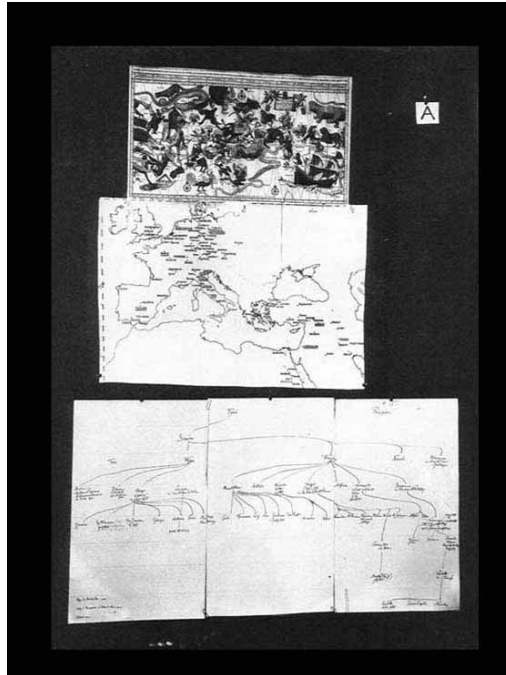


Figura 3: illustra la dinamica dal cosmo all'uomo e ritorno. L'esigenza umana di rappresentazione e di relazione con il cosmo si esprime in proiezioni di immagini e in influssi del cosmo sull'uomo: si istituisce una corrispondenza armonica tra sistema-cosmo e sistema-uomo. Nel Rinascimento questo schema di relazione armonica viene rappresentato in modo logico-geometrico da Leonardo, oltre che magico-demonico,

[http://www.engramma.it/engramma\\_v4/homepage/35/sezion\\_alpha\\_omega/alpha/c.html](http://www.engramma.it/engramma_v4/homepage/35/sezion_alpha_omega/alpha/c.html)

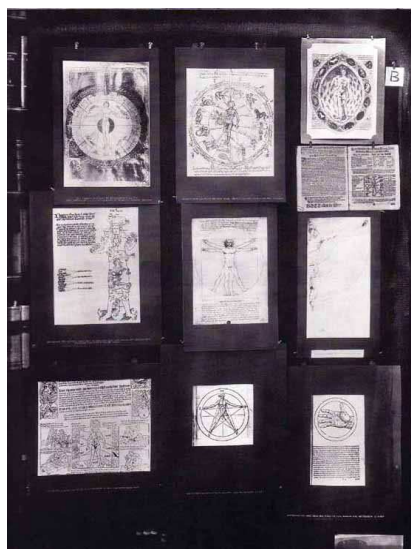


Figura 4: Illustra l'evoluzione della rappresentazione antropomorfa della divinità astrale: dall'immagine 'imperfetta' delle orbite circolari del pianeta, inserito in un sistema di rapporti magico-armonici (Keplero) si giunge alla raffigurazione contemporanea della conquista intellettuale e materiale del cielo,

[http://www.egramma.it/egramma\\_v4/homepage/35/sezion\\_alpha\\_omega/alpha/c.html](http://www.egramma.it/egramma_v4/homepage/35/sezion_alpha_omega/alpha/c.html).



Il merito di Warburg è quello di aver posto l'attenzione sul 'significato' delle immagini dalla cui analisi si può giungere all'interpretazione culturale dell'oggetto, nonché della forma artistica: insomma di aver prodotto una prima storia delle immagini. Nei suoi studi si individua la matrice filosofica ma anche quella linguistica e antropologica, che spingevano verso l'esigenza di indagini che partissero da presupposti non tanto legati alla successione temporale dei fenomeni, quanto alla relazione intercorrente tra forme e concetti.

Possiamo, già da queste poche indicazioni offerte, renderci conto che fin dalle origini la storia dell'arte è impegnata a studiare le immagini quanto forme linguistiche altre rispetto al linguaggio, composto da morfemi e fonemi.

**Ernst Cassirer** concentra i suoi studi sul concetto di 'forma simbolica' e scrive nel 1923-29 la *Filosofia delle forme simboliche*, considerata un punto saldo sia per gli studi di linguistica che per quelli di altre scienze umane, come a esempio estetica; tanto da in-

fluenzare la produzione scientifica di Susanne Langer, Erwin Panofsky e Charles Morris, a cui torneremo.

Il problema per Cassirer e quello di fondare la conoscenza su leggi universalmente valide; il linguaggio a cui dedica il primo capitolo della sua monografia, viene analizzato filosoficamente per approdare alla conclusione che esso costituisca un punto intermedio tra visione teorica e visione estetica (C.,2004,163ss.). Respinge tutte le teorie oggettivistiche, come quelle fondate sulla mimesi, ossia l'imitazione della realtà, ma si oppone anche alle teorie romantiche dell'arte, ciò che lo interessa di più è la questione delle 'forme' dell'arte.

Il volume si apre con un'ampia trattazione sulla questione del linguaggio e dopo una riflessione teorica rintraccia due tendenze o modelli nella filosofia del linguaggio:

1. modello teorico, a cui si possono ricondurre le teorie empiristiche e razionali del linguaggio;
2. modello estetico, a cui fa corrispondere il neoplatonismo inglese fino a Herder e Humbolt, che citerà più volte nella sua monografia (ibidem, 3ss.).

La filosofia di C. è debitrice di entrambi i modelli e pone al centro della speculazione sul linguaggio proprio il rapporto che intercorre tra linguaggio ed espressione, distinguendo almeno tre stadi:

1. linguaggio ed espressione sensibile;
2. linguaggio ed espressione intuitiva;
3. linguaggio ed espressione del pensiero.

Molto ricco è il materiale filosofico, linguistico e psicoanalitico, ricordiamo in questa sede che citerà più volte gli studi di Humbolt, Herder, Schleicher, Brugman, Wolfgang Köhler e altri (ibid., 55-59).

Il punto di partenza della sua teorizzazione è la *mimesi* (il gesto, il movimento indicativo) seguendo una consolidata tradizione filosofica che parte, appunto, da Aristotele che per primo parlò di mimesi, e di una tradizione psicologica cara all'area tedesca secondo la quale la mimica è unità di interno ed esterno, di spirituale e corporale, pensiamo solo allo studio di Darwin sull'emozione o a Wundt (ibid., 175). Il linguaggio si svilupperebbe attraverso 3 fasi; quella mimica, quella analogia e quella simbolica.

La fase mimica esprime l'immediata vicinanza all'impressione sensibile; quella analogica l'allontanamento da essa attraverso la gradazione qualitativa; e infine quella simbolica che segna il passaggio al significato vero e proprio (C., 2002, IX). Altro punto saldo della sua teoria sono i concetti di spazio e tempo. È proprio l'espressione delle relazioni spaziali, connessa a vocaboli e fonemi particolari a restituirci il concetto di uno spazio omocentrico che prende a riferimento il proprio corpo, per comprendere ciò che è al di fuori di esso. La rappresentazione temporale, invece, è più complessa e il suo contenuto non è immediatamente intuitivo.

Un grande apporto all'interno di questa speculazione filosofica è dato dalla dottrina platoniana, nella fattispecie dall'idea che la comprensione del mondo derivi da un presupposto spirituale. Così il "concetto di immagine ha subito [...] un'intima trasformazione. Infatti al posto di una pretesa somiglianza di contenuto tra immagine e cosa, è subentrata l'espressione di un rapporto logico estremamente complesso, una universale condizione intellettuale alla quale devono soddisfare i concetti fondamentali della conoscenza fisica. Il loro valore non risiede nel rispecchiamento di una determinata cosa esistente, ma nel risultato che essi forniscono come strumento della conoscenza, nell'unità dei fenomeni che essi producono dal loro seno" (Cassirer, 2004, 6-7).

La conoscenza da forma al molteplice ed è indirizzata a ricondurre il particolare a leggi universalmente intese; ma accanto a questa forma di 'sintesi intellettuale' vi sono altre attività che trovano la loro sede nel complesso spirituale. Tale attività "racchiude in se un'energia autonoma dello spirito attraverso la quale la semplice esistenza di fenomeni acquista un significato determinato, un peculiare valore ideale" (ibidem, 10).

Varrebbe a dire che l'arte, come il mito e come la religione vivono un mondo di immagini nelle quali non solo si rispecchia il dato empirico ma anche si creano forme simboliche, ciascuna delle quali designa un modo determinato di 'sentire spirituale', e così operando costituisce una visione del reale. Il linguaggio diviene uno degli strumenti spirituali fondamentali, grazie al quale si può compiere il progresso del mondo.

Nel campo dell'intuizione artistica è evidente che la capacità di cogliere la forma estetica è resa possibile dal fatto che noi produciamo gli elementi fondativi della forma medesima, creando dei veri e propri sistemi simbolici (ibidem, 24 ss). Quindi il simbolo costituisce il primo stadio della conoscenza.



L'arte si esaurirebbe nelle forme particolari sensibilmente intuibili, e il linguaggio artistico altro non è che un sistema di simboli. In tale visione la simbolica e la semiotica acquistano importanza, proprio per la decodifica dell'opera d'arte.

Ricordiamo che sulla questione del 'simbolo' ritornerà nelle ultime opere: in particolare nel *Saggio sull'uomo. Introduzione a una filosofia della cultura umana* (1944). C. ritiene che l'uomo sia in grado di servirsi della funzione simbolica ed è attraverso il simbolo che è in grado di reagire agli stimoli esterni, e di creare elementi razionali intermedi come il linguaggio, il mito, l'arte e la scienza.

Il volume prosegue poi con una trattazione sul linguaggio e sul suono nella fase dell'espressione sensibile, prendendo in considerazione molte lingue, tra cui alcune originarie di gruppi aborigeni; continua analizzando il linguaggio nella fase dell'espressione intuitiva, ovvero indagando come le dimensioni dello spazio e del tempo influiscano sulla costruzione del pensiero, poiché a esempio alcune lingue identificano meglio di altre la posizione del corpo rispetto agli oggetti e all'ambiente circostante, offrendo così una costruzione schematica cerebrale degli spazi affatto diversa da luogo e luogo.

La questione del rapporto tra linguaggio e pensiero è antica quanto la filosofia (Casirer, 2002, 155 ss.). Il linguaggio pare una potenza magica di fronte alla quale l'uomo si inchina, mostrando una fede cieca nei confronti della parola. Secondo C. la filosofia può sciogliere questo vincolo di sudditanza e liberare le cose dall'alone magico del quale le ammantava la parola. C. sostiene che la "funzione spirituale" assolta dal linguaggio non può essere limitata ai problemi propriamente logici: come a dire che la potenza del linguaggio non si esaurisce nella funzione mediatica del pensiero logico. Si è tanto insistito nel corso del secolo passato nell'affermare che il suono non è un involucro del pensiero, ma "è il segno della formazione di un determinato pensiero" (ibidem, 156). La sfera percettiva viene ad acquistare un significato prioritario nella formazione del pensiero e del linguaggio, tanto che anche la psicologia evolutiva ha tentato di dare delle risposte; a esempio nel mondo animale il percepire e il rappresentare sono originati dalla realtà e non sono affatto evidenti. Ogni espressione sensibile possiederebbe un "tono o un colorito" irripetibile (ibidem, 158). Sembra certo che per l'animale non sussistano unità oggettive ma il mondo si costruisca mediante "qualità complesse". Così i nomi di cui il bambino dispone, per costruire il mondo che lo circonda e rispondere ai suoi biso-

gni, sembrano non indicare oggetti stabili e permanenti ma piuttosto vaghe impressioni. È solo con il destarsi della “coscienza simbolica”, secondo Cassirer, che avviene la svolta e che il bimbo inizia a riconoscere oggetti simili in contesti diversi; sorge allora nel fanciullo, verso l’anno, la fame insaziabile di nomi e pare non si stanchi mai di chiedere il nome appropriato delle cose. La fame di nomi altro non è che “fame di forme” che costruiscono il mondo e permettono al bambino di comprenderlo. Solo più tardi, con l’evolversi del linguaggio, la coscienza simbolica si svilupperà tanto da costruire le “categorie di oggetti”.

La psicologia considera di solito i colori come una molteplicità di sensazioni, articolate e graduate per chiarezza o tono (ibid., 163). Hering nelle sue ricerche sulla luminosità, ha però dimostrato che i colori non sono affatto “sensazioni” create da determinazioni soggettive, ma pertengono alla realtà oggettiva, ed è per mezzo di essi che guardiamo agli oggetti: l’occhio infatti non ha il compito di informarci sulla qualità della luce, sulla sua luminosità o intensità, ma solo di indirizzarci agli oggetti. Appare che in condizioni diverse lo stesso quadro possa attrarci di più o di meno a seconda delle “sensazioni luminose” che l’occhio trasmette al nostro cervello, e la percezione di un’opera d’arte può cambiare anche di molto. E’ un po’ la differenza che secondo, Schapp, esiste tra l’artista e “l’uomo comune”, il quale è in grado di vedere le cose solo nel colore che gli oggetti mantengono pur cambiando la luce, ossia non vede i riflessi, le ombre, i chiaroscuri che l’artista comunemente coglie, grazie all’esercizio continuo della retina sulla visione. Il colore, insomma, sarebbe semplicemente la “presentazione delle cose”, per dare forma alle stesse, è necessario che si articoli, si ordini (ibid., 166). Ora in virtù di questo ordine si intravede la forma degli oggetti e si costruisce lo spazio, è il colore a presentare le cose nello spazio ed è il colore a dare i primi accenni significativi, solo più tardi si arriva al concretarsi delle proprietà dell’oggetto.

Già Descartes aveva affrontato il problema e nelle sue *Meditazioni*, aveva affermato che l’identità della cosa non si trova nei dati sensibili della percezione, quali colore, suono, tatto, odore e gusto ma viene aggiunta ad essi in un secondo tempo, grazie alla riflessione logica. In particolar modo, riguardo all’olfatto, abbiamo qualche difficoltà a descriverlo nel linguaggio, poiché rimanda sempre a oggetti concreti, a esempio odore di rosa, se gradevole, o di canfora, se pungente, o ancora simile al gelsomino, se allude

alla freschezza e così via, ossia dobbiamo ricorrere a specificazioni o similitudini per dar significato comprensibile a ciò che abbiamo odorato.

Situazione simile si verifica anche per il tatto, che è considerato il senso più concreto di tutti, quello più vicino alla realtà, ed è questo il motivo per cui molti laboratori museali per l'infanzia prediligono l'esperienza tattile, poiché più fortemente rievocabile e imprimibile nella nostra mente, quindi anche più attrattiva. Il tatto detiene una specie di primato sulla conoscenza, sebbene anch'esso a detta di C., abbia dei limiti in quanto "bipolare": ossia nel senso che una componente riferita al corpo si unisce a una componente riferita alle cose, discriminando bipolarmente sulla realtà.

Nel capitolo sulle cose e le loro proprietà segue poi una riflessione sui colori, distinguibili quali "a due dimensioni, superficiali e spaziali", a cui non segue purtroppo un'esauriente spiegazione che faccia comprendere le relative differenze tra i tre tipi distinti. Ma ciò che è interessante è l'esempio che riporta a Helmholtz: il quale sosteneva che i colori di un paesaggio sono differenti se ci mettiamo a testa in giù, poiché, siamo troppo abituati a vedere nel medesimo modo gli oggetti e così facendo ci perdiamo parte della realtà, quasi per distrazione mnemonica del mondo. Infatti appena modifichiamo le condizioni ordinarie della visione ci appaiono colori, riflessi che non avremmo mai colto; stessa cosa capita più volte davanti alle opere d'arte. È in definitiva l'uso della intuizione come mezzo rappresentativo che mette in evidenza nella rappresentazione i "lati" e gli elementi sempre nuovi, le conferisce, così, una forma sempre più ricca e differenziata (ibid., 187).

Cassirer si occupa poi dello spazio, affermando che una cosa è proprio tale in quanto occupa una posizione nello spazio (ibid., 190). Poi l'insieme di questi luoghi viene riunito in un complesso intuitivo. Quando definiamo nello spazio un oggetto, lo facciamo collocandolo in una posizione "reale" rispetto ad altri oggetti per dimensione e per forma; pensiamo alla Basilica di San Pietro in Roma che appare ancora più grande e solenne grazie all'impianto urbanistico entro il quale si colloca e si sviluppa, pensiamo a via della Conciliazione che anticipa la grande Piazza e crea l'effetto monumentale, tanto ricercato nel periodo fascista.

Cassirer si interroga, poi, sulla relazione tra spazio e simbolo: "lo spazio in cui le cose si presentano è un semplice dato intuitivo oppure è appena il risultato e il prodotto di un processo di formazione simbolica?" (ibid., 191). La questione del cosa significhi lo spa-

zio per il mondo delle cose viene approfondita piuttosto accuratamente nelle pagine che seguono, prendendo in considerazione Berkeley con la sua *Nuova teoria della visione* (1709), Wundt, Keplero e altri. Partendo da Descartes analizza la “cosa” come estensione nello spazio, mediata dai dati della lunghezza, larghezza e profondità, che fanno parte dell’esperienza di ognuno. Secondo D. la vista non ci offrirebbe che immagini e l’udito rumori, ma è proprio mediante questi sensi che l’intelletto riesce a riunire queste sensazioni e accordarle; creando quella che siamo soliti chiamare “percezione”, infatti “ciò che noi denominiamo grandezza, distanza, posizione reciproca delle cose, non è qualcosa di visto o percepito col tatto, ma può soltanto essere stimato e calcolato (ibid., 194). Ogni intuizione è legata a un pensiero teorico a un’inferenza logica. La *Nuova Teoria della visione* però fa vacillare questa posizione e pare che l’immagine dello spazio si formi per vie affatto diverse: non sorgerebbe in noi tramite le percezioni dateci dai sensi ma tramite una “ordinazione” degli stessi che stabilisce rapporti, insomma una vera e propria attività di “sintesi dello spirito”, per dirla come Berkeley. Lo sviluppo di questa capacità di intuire lo spazio è poi collegato a un’altra capacità quella di “rappresentanza”: si suppone che le impressioni sensibili acquistino poco alla volta una funzione rappresentativa. Quindi per rendere possibile la nostra conoscenza spaziale occorre una facoltà percettiva che si accompagna a una facoltà suggestiva.

Pur partendo da queste premesse C. si muove poi ad analizzare la gnoseologia di Helmholtz e giunge a evidenziare i limiti di questi approcci: ovverosia che l’attenzione di queste “teorie dei segni” sia tutta incentrata a tal punto sul segno che sembra non esista altro, pare che il mondo dei fenomeni si muova sul solo binario segnico. Grande invece è la distanza che divide il mondo dell’esperienza dello spazio dallo spazio formato, come condizione dell’intuizione di oggetti... (ibid., 198 ss.). Noi, secondo C., assumiamo lo spazio solo come forma dell’intuizione empirica, ma dimentichiamo che tale forma è permeata essa stessa di elementi simbolici. “Ciò che noi chiamiamo ‘lo’ spazio non è tanto un oggetto, che ci si faccia conoscere mediante certi ‘segni’, quanto piuttosto un proprio modo, un particolare schematismo della rappresentazione stessa” (ibid., 199). Lo spazio formerebbe il termine medio generale, grazie al quale lo spirito può fissare le sue prime forme, e il linguaggio e il mito si immergono in esso, creando la complessità dello spazio articolato e narrato. La vicinanza, la lontananza, la sinistra, la destra sono tutte informazioni importanti, insostituibili nel creare “significati magici”.

Pensiamo alla collocazione dei templi alla loro suddivisione in luoghi prefissati con destinazioni d'uso differenti, come a scandire lo spazio e a creare il mito (*naos* e *temenos*). L'opposizione "sacro/profano" appare allora intessuta di tutte queste opposizioni spaziali, ma è addirittura ciò che le provoca. Ciò che fa di una regione qualcosa di mitico è un "locus" spazialmente determinato. Il linguaggio sembra seguire una nuova via che esalta la funzione "indicativa", poiché portatrice dell'opposizione sacro/profano, reale/mitico, presente/futuro. La differenza delle posizioni tra colui che si esprime e coloro che ascoltano; permette l'emergere dell'io e della diversificazione dal tu, dagli altri. Pensiamo quanta parte ha il linguaggio nella definizione della nostra persona e nella conseguente visione dello spazio. Pensiamo ai colori, come questi a seconda della luce appaiano costanti o variabili, contingenti o alterati: e quindi quale potenza abbia la visione che racchiude in sé il nucleo di ogni oggettivazione, pensiamo a quale potenza abbia l'immagine, l'immagine d'arte, l'immagine pittorica, i cicli ad affresco, nella costruzione dello spazio. Pensiamo alla iconologia che studia la posizione e la simbolica degli oggetti nei cicli pittorici, e come lo spazio si ponga quale un atto di selezione tanto più nell'arte che nel quotidiano. L'intuizione teorica di C. pare trovare già nell'iconologia che, tratteremo più avanti, una sua valida giustificazione.

Altro concetto fondamentale offerto dalla speculazione di C. è quello di "pregnanza simbolica", ossia "la maniera in cui un'esperienza vissuta della percezione, in quanto esperienza di 'senso' racchiude in sé un determinato senso non intuitivo, immediatamente lo esprime in modo concreto" (ibid., 270). Si tratterebbe quindi non di un semplice dato percettivo, ma di una percezione che acquista con l'esperienza una specie di "articolazione spirituale" la quale rimanda a determinati ordini di significati. L'espressione "pregnanza", spiega lo stesso C., è scelta poiché da l'idea di compenetrazione tra la percezione e il dato concreto. Secondo questa idea i colori sono in qualche misura dipendenti dall'ordine in cui essi stessi si trovano, e il loro modo di manifestarsi verrebbe determinato da questo ordine. Il processo simbolico risulta allora una corrente di vita e pensiero che percorre la coscienza e realizza alla sua molteplicità (ibid., 271).

Una critica della coscienza mitica viene tentata nel secondo volume, assumendo che il linguaggio mitico possa essere paragonato al mondo dell'arte o alla conoscenza teore-

tica. Cassirer cita a questo proposito Shelling<sup>2</sup> e il suo interesse per la mitologia e le sue origini; nella fattispecie considera il mito “compreso” (ibid., 2, X) quando si riesce a spiegarne l’origine in base a tendenze proprie della natura umana. Intenderne il contenuto sembrò non poter significare altro che dimostrarne l’inconsistenza, e riconoscere che l’illusione è la sua vera essenza. Tuttavia questo illusionismo a una attenta analisi si ripresenta anche in certe teorie dell’arte e in entrambi i casi, ossia teorie della rappresentazione mitica e teorie dell’arte, si tace il fatto che la mitologia è un unicum indivisibile, una unità sistematica, pertanto la messa in discussione di un suo elemento fa crollare tutta l’impalcatura, ogni distruzione parziale del resoconto mitico minaccia il tutto. Alla luce di queste considerazioni emerge piuttosto chiaramente l’importanza del mito sulla civiltà spirituale. “*Le produzioni dell’arte come quelle della conoscenza, i dati del costume [...] della tecnica rinviano qui tutti allo stesso nesso fondamentale. La ‘questione dell’origine del linguaggio’ è inestricabilmente legata alla ‘questione dell’origine del mito’*” (ibid., XI). I concetti fondamentali di spazio, tempo e numero, risultano essere determinanti per la comprensione del mito, dell’arte e della tecnica, come dell’origine della scrittura. E la psicologia ne rivela il legame, asserendo che i problemi genetici trovano spiegazione non tanto in se stessi quanto nella relazione che intercorre tra di essi, come se ci fosse un *fil rouge* che unisce scrittura, arte, tempo.

C. cerca poi di fornire una spiegazione del concetto di “spazio mitico” e di come questo si differenzi dallo spazio euclideo. Lo spazio mitico occuperebbe una posizione intermedia tra lo spazio della percezione e lo spazio della conoscenza geometrica; è noto come infatti lo spazio percettivo non coincida perfettamente con lo spazio della matematica pura. Sappiamo che lo spazio euclideo è caratterizzato da tre note fondamentali: continuità, infinità e uniformità che generano uno spazio omogeneo; mentre nello spazio mitico non vi è uniformità di luoghi e direzioni, ma ogni luogo ha la sua propria natura e il suo valore in sé. Lo spazio visivo e lo spazio tattile hanno questo in comune, che, in opposizione allo spazio metrico della geometria euclidea, sono ‘anisotropi’ e ‘inomogenei’” (ibid., 122). Fatte queste premesse è facile intuire come lo spazio mitico sia affine a quello percettivo: infatti entrambi sono formazioni della coscienza.

Nella formazione mitica, come nella rappresentazione pittorica di essa, permane il carattere della dualità di campo: ossia esiste un essere ordinario accessibile a tutti, ed

---

<sup>2</sup> Per approfondimenti ved. *Filosofia della mitologia*, Mursia, 1999.

esiste un essere eccezionale, sacro, separato e chiuso del divino. A questo proposito C., porta a esempio la visione mitologica del mondo degli Zuñi, nativi americani, che secondo una visione escatologico – totemica, suddividono il mondo in 7 regioni, alle quali tutto viene ricondotto: anche le classi sociali, le stagioni, le professioni, così come i colori ai quali è associata una regione piuttosto che un'altra. L'intuizione spaziale diviene il mezzo per comprendere l'universo, ma anche in questo caso il mito si distingue dalla conoscenza per la sua particolare forma tendente alla 'totalità'<sup>3</sup>.

Così il tempo è legato al mito, in quanto l'essere mitico svela la sua natura, mitica per l'appunto, presentandosi come essere dell'origine (ibid., 151). Per il mito esisterebbe un passato assoluto e non storico che non cerca risposte causali, ma tende al permanente e i problemi si risolvono e si sciolgono in tale passato; allora il tempo mitologico sarebbe un "tempo qualitativo" nel quale l'accentuazione mitico -religiosa avrebbe la meglio su quella causale-profana.

Tra gli altri autori che sono stati influenzati dalla produzione scientifica di Cassirer emerge **Susanne Katherina Langer** intorno agli anni Quaranta e Cinquanta. Langer si inserisce vivacemente nel dibattito sulle estetiche simboliche che imperversa nelle accademie statunitensi, che è teso a definire in che modo un'opera d'arte comunichi qualcosa. Lei si farà portavoce della corrente simbolica dell'opera d'arte; il nucleo del suo discorso, nelle varie pubblicazioni, è quello con il quale si sostiene che l'arte sia la "creazione simbolica" che dà voce ai sentimenti umani: la comunicazione avverrebbe attraverso simboli che farebbero riferimento a se stessi, al contrario del linguaggio che invece si rifà a simboli convenzionali che si riferiscono al mondo.

L'arte allora sarebbe "presentativa" e non "rappresentativa". In *Feeling and Form* (1953), nella sua opera forse più nota, sviluppa ciò che aveva abbozzato in *Philosophy in a new key*, ossia che il simbolo artistico è presentazionale e perciò differente da quello linguistico che è discorsivo. La simbolizzazione artistica è per la L. ambito esemplare ove i sentimenti e le emozioni si articolano e si organizzano in forme, che a loro volta danno significato allo spazio e senso all'ambiente. I simboli una volta formati, strutturano la visione del mondo e, facendolo, modificano la percezione che abbiamo di esso

---

<sup>3</sup> Pensiamo anche ai complessi rapporti che intercorrono tra le architetture sacre d'occidente e la matematica o la astrologia. Per approfondimenti ved. *Enigmi di pietra, i misteri degli edifici medievali*, edizioni Arkeios, 2005

(L., 2004, 7 ss.). L'oggetto allora non sarebbe un *primum* concreto della realtà, ma il risultato di una significanza originaria attraverso cui la molteplicità dei dati esperienziali prende forma.

La tesi di fondo è sintetizzabile un po' grossolanamente in due assunti:

- a) che la significazione avviene mediante simboli;
- b) che l'attribuzione dei significati precede la sfera logico-discorsiva (ibidem, 14-16).

Questi due assunti, lontani secondo la semantica classica, che prevede che il simboli rimandino a un significante che rinvia a sua volta a un significato proprio del mondo discorsivo, vengono sostenuti mediante l'estensione del concetto di "simbolo" e mediante la revisione del concetto di "astrazione". Dunque per L. ogni attività sensoriale porta con sé il fatto mentale già al primo contatto col mondo esterno, il "vedere" ha già in sé un processo di formulazione di idee. I cinque sensi ci restituiscono il mondo e lo costruiscono e lo modificano nel momento stesso in cui lo colgono. Allora L. parla di "simbolismo presentazione" intendendo quel simbolo che *presenta* il mondo ai nostri occhi (ibid., 19).

Discorso più peculiare è destinato all'arte che affronta sia in *Feeling and Form* che nelle sue conferenze sui *Problemi dell'arte* intorno agli anni Cinquanta e Sessanta. Rivela che l'espressività dell'opera d'arte non dipende dai singoli elementi, luci, colori, ombre ma dal loro insieme formale.

*"Quando si parla di arte con l'A maiuscola – ossia di una o di tutte le arti: la pittura, la scultura, l'architettura, la ceramica e l'oreficeria e le arti grafiche, la musica, la danza, la poesia, e inoltre la prosa narrativa, il dramma e il cinematografo – ci sentiamo continuamente tentati a dire dell'Arte in generale cose che sono vere solo in un campo particolare, o a postulare che ciò che è valido per un'arte debba essere valido anche per un'altra [...] solo studiando le differenze fra le varie arti, si arriva finalmente a un punto dove non appare più alcuna differenza [...] Un'opera d'arte è una forma espressiva, creata per essere da noi percepita attraverso i sensi o l'immaginazione, e ciò che essa esprime è il sentimento umano."* (Langer, 1962, 27 ss.).

L'oggetto d'arte è particolare però perché ha una struttura dinamica capace di simbolizzare le forme dell'esperienza vissuta. Il dato artistico non ha un rapporto convenzionale con il significato, né si può dare prescindendo il significante. Ogni vera opera



d'arte ha la tendenza ad apparire, a illudere; ove per "illusione" non si intende la finzione o l'inganno ma il modo di darsi dell'opera come distaccata dalla realtà effettiva. Per spiegare meglio questo concetto L. parla di fruizione pittorica, nella quale si coglie con chiarezza che la realtà di ciò che è mostrato consiste nella pura apparenza formale (L., 2004, 30 ss.). Una posizione molto diversa da Aristotele e dagli Aristotelici, i quali pensavano che l'arte fosse direttamente legata alla mimesi, per L. l'arte non è riproduzione ma "astrazione", ossia la forma che emerge dalla contemplazione delle qualità sensibili, astratte dal loro significato quotidiano. Per L. l'opera d'arte è importante in quanto la consideriamo "entità compiuta avente relazioni e attributi solo visivi" (Demartis, 2003). Mi verrebbe da domandarmi, ove inserirebbe le opere futuriste o le performance arte di alcuni artisti contemporanei, i quali danno enfasi all'udito o all'olfatto più che alla vista. Ma tale questione non è stata messa in luce dalla filosofa. L'imitazione artistica non è dunque una copia fedele della realtà, ma è un modo tutto soggettivo di rendere la realtà, che è condizionato dall'artista. Ci si trova allora di fronte più che a un processo di mimesi a un processo di "trasformazione", un po' come intendeva Kandinsky l'oggetto artistico nelle sue "improvvisazioni o impressioni".

Lo spazio per L. così come lo conosciamo nel quotidiano non esiste, non ha forma, perché noi non siamo in grado di avere una concreta relazione con la globalità delle forme, ma le rapportiamo tra di loro creando delle relazioni vincolanti, un po' come in una "realtà virtuale": così lo spazio, armonicamente organizzato entro un quadro, non è lo spazio dell'esperienza, conosciuto con la vista e il tatto è una realtà virtuale (L.Demartis, 2003). Così le arti plastiche creano una realtà virtuale che le nostre esperienze sensoriali non concordano nel descrivere. L'opera d'arte allora non è semplice forma nello spazio, ma fonte di conformazione dello spazio medesimo mediante la simbolizzazione.

Riguardo la pittura L. asserisce che il rapporto tra arte e spazio è proprio appartenente a questo ambito più che ad altri, nel quale la relazione tra le forme stimola l'immaginazione, che puntualizza connessioni e rimandi con la realtà. La visione artistica trasforma l'oggetto, e l'artista lo intende meglio di altri, poiché in grado di percepire meglio la parvenza, il grado emotivo di esso e della sua forma. Tale visione mi verrebbe da pensare sia un po' ancorata a un'idea in circolazione ancor oggi, ma ormai in declino, tipica di certi ambienti romantici che vogliono l'artista "geniale" in qualche

misura e particolarmente “sensibile”, un tramite per comunicare la bellezza agli uomini da parte delle divinità. È ovvio che tale posizione è oggi abbandonata dalla buona parte della critica d'arte, per propendere per l'idea che l'arte sia una delle tante possibilità che ha l'uomo per esprimersi, ovviamente rispettando le proprie inclinazioni, il che porterebbe alcuni verso le arti plastiche e altri verso la danza o la musica, ognuno secondo le proprie predisposizioni. Non dimentichiamo inoltre il ruolo delle Accademie e delle Scuole artistiche nel raccogliere e raffinare le inclinazioni di certi individui.

Un'opera d'arte, per L., è una forma simbolica molto particolare, diversa dal linguaggio che è un sistema simbolico, ove i termini espressivi possono essere estrapolati e mantenere un loro significato (Langer, 1953, 369 ss). In arte il significato è dato dall'unità e mai dal singolo simbolo, che è cosa diversa, in questo caso L. parla di “simbolo in arte” e non di simbolo d'arte. Le differenze, poi non verranno spiegate dettagliatamente e per ciò verrà molto criticata dalla filosofia e psicologia contemporanea. Forse, come ammette lei stessa, avrebbe fatto meglio a parlare di “forma espressiva” e non di simbolo, anche perché non spiega come sia possibile comprendere un'opera d'arte senza conoscerne i contenuti simbolici, estrapolandola dal suo contesto culturale significativo.

I simboli ripetono, in questa visione, alcuni schemi della vita sentimentale (1953). In particolar modo, per l'autrice l'arte figurativa è comprensibilmente “presentativa”, poiché presenterebbe se stessa attraverso simboli che consentono di essere concettualizzati senza l'intervento delle parole e della sintassi e senza essere tradotte da un linguaggio all'altro. Che fine fanno allora le iconografie religiose che tanta parte hanno nella produzione artistica sino all'arte contemporanea – mi viene da chiedermi- ?

Tenta poi di offrire una definizione di sentimento che è “*qualunque cosa possa essere sentita: dalla sensazione fisica, piacere o dolore, eccitazione o quiete, fino alle emozioni più complesse, alle tensioni intellettuali o alle tendenze sentimentali permanenti della vita umana cosciente*” (ibidem, 28). Il simbolo sarebbe ogni artificio che consenta di operare un'astrazione.

Riguardo l'astrazione la musica offre alla L. rinnovate occasioni di analisi, ma quando inizia a indagare sulle arti plastiche la faccenda si fa più complessa e incomincia a porsi domande del tipo; “Come può un simbolo privo di significato fisso, quale è secondo L., quello artistico, un simbolo inconsumato, contenente in sé una sua molteplicità di significati, essere compreso? L'artista coglie la forma del sentire e la obbiettiva in qual-

cosa di percepibile, senza che corrisponda a un unico significato. Quindi sarebbe grazie all'abilità dell'artista che il simbolo artistico è "inconsumato". Pare a un certo punto delle sue teorizzazioni che il simbolo si trasformi in qualcosa di vivo, dotato di particolare valore emotivo, e inizia a parlare di "creazione" (ibidem, 69 ss). Il pittore crea il quadro, il danzatore crea la danza, il poeta un canto, ma quando un operaio si ammala e resta a casa, non riteniamo che egli oggi non crei. Perché? Così come la scarpa è un oggetto fatto di cuoio e rimane un articolo legato al cuoio che non ha alcun vero contributo artistico: fuori dagli esempi L. ritiene che la 'creazione' sia un processo legato alla "struttura dello spazio". Il quadro allora sarebbe una apparizione di oggetti virtuali (L., 1962) in uno spazio virtuale, ove lo spazio è *creato*, così come è creata *l'illusione*. Lo scopo dell'illusione nell'arte è quella di realizzare l'astrazione della forma visiva e cogliere l'oggetto in un modo più vero, "creare un'illusione sensoria è quindi il modo normale dell'artista per indurci a vedere astratto" (ibid.). L'illusione in arte non è finzione o simulazione della realtà è solo il "materiale" dell'arte. Lo spazio virtuale, così creato, è articolato da forme in equilibrio, legate fra loro da rapporti dinamici. Mentre lo spazio reale non è così; lo spazio pittorico è simbolico e la sua stessa organizzazione visiva è un simbolo.

L. sostiene che l'artista sia in grado di immaginare le forme, e nel farlo le trasforma, dà loro espressività, senza perdere, però, la conoscenza della loro identità basilare, allora la rappresentazione verrebbe a essere un orientamento (ibid.). Anche qui, direi che L. si focalizza più sull'arte contemporanea, ma dimentica o ignora l'arte antica che sottostà a regole rigidissime di "rappresentazione", legate al committente, agli usi e costumi dell'epoca, nonché ad aspetti sociali.<sup>4</sup>

Langer è erede della psicologia gestaltica, secondo la quale già a livello della percezione si assiste a un particolare processo astrattivo, infatti la filosofa sostiene che la percezione normale degli oggetti, avvenga attraverso l'astrazione di forme, ossia attraverso un processo interpretativo che vede implicata l'immaginazione. L'artista grazie all'immaginazione attua il processo di astrazione e "declina" le forme in quanti più modi possibili, senza però mai perdere il senso di identità basilare che è loro proprio. Per chiarire meglio la sua idea L. riporta l'esempio di Leonardo da Vinci che consigliava ai

---

<sup>4</sup> Vedi ad es. sulle regole costruttive il *De Architectura* di Marco Vitruvio Pollione; sulle regole pittoriche *De Pictura Sacra*, Federico Borromeo, 1624

pittori di guardare nelle crepe dei muri, perché lì avrebbero potuto vedere battaglie, persone, espressioni e un'infinità di altre realtà; narra della possibilità per l'artista di indagare il reale e di cogliere le molteplici forme della realtà.

Altra distinzione molto importante è quella che allontana l'arte dal linguaggio, pur essendo entrambi produttori di metafore. Il linguaggio intrattiene, secondo una logica consecutiva, delle relazioni con oggetti, cose e persone, ovvero costruisce il senso delle cose mentre si parla o si descrive un evento.

L'arte ha la capacità di cogliere simultaneamente queste relazioni, ed questo il motivo, secondo L., per cui la forma vivente diviene imperiosa (L., 1972, 113 ss.). Qui la distanza dal maestro Cassirer è importante, poiché C. sostiene che l'arte sia la concretizzazione di forme, mentre L. sostiene che l'arte sia astrazione già nella percezione.

Il limite della teorizzazione di L. consiste nella eccessiva schematizzazione, in quanto le arti non sono così facilmente suddivisibili in schemi uniformi, pensiamo alla diversità tra pittura e scultura o ancora alla diversità tra architettura e incisione. Inoltre pare che non si possa veramente parlare di 'comunicazione dell'oggetto artistico, poiché il fruitore dell'opera d'arte trova in una specie di sublimazione dei sentimenti, di rivelazione dei significati, il senso dell'opera e non un vero e proprio linguaggio artistico (L., 2004, 45).

Altro limite individuato dalla filosofia contemporanea a carico di questa filosofa è la spiegazione che offre di "forma", un po' a metà strada tra figura e struttura, senza chiarire meglio cosa intende.

Ha inoltre dato eccessivo peso al sentimento, poiché pare a un certo punto della sua teoria che l'emozione e il sentimento pertengano alle realtà sensibili, da cui si originerebbe il processo artistico, quando sappiamo che i maestri a bottega sino almeno al 700, stilavano canoni e regole per le campiture artistiche, e il sensibile rientra in questa produzione artistica molto meno che in quella contemporanea (L., 2004, 47)

Il pensiero di Langer ha il privilegio di rappresentare una sorta di via di mezzo tra due sistemi filosofici ben precisi: ovverosia la filosofia del maestro Cassirer e quella del pragmatico William James.

Le teorie di L. sono state riprese e applicate da differenti ambiti artistici, dalla danza alla musica, dalla poesia alla cinematografia, dalla pittura al teatro, sviluppate altresì dalla critica semiotica e dalle scienze dell'educazione.

Apprezzabile è anche lo sforzo di L. nel sistematizzare delle idee tese alla creazione di una teorizzazione della comunicazione artistica.

Erede della filosofia di Cassirer è anche *l'iconologia*, il cui massimo esponente è **Erwin Panofsky** con i suoi *Studies in Iconology* (1939) e *Meaning in the visual arts* (1955).

Sin dalle sue prime ricerche tenta di indagare i concetti di forma, intenzione artistica e stile, ma è dal 1939, anno in cui vengono pubblicati gli *Studies in Iconology*, che si assisterà alla composizione di una metodologia vera e propria per lo studio e l'indagine dell'opera d'arte.

P. è stato per l'Italia lo scrittore dei contenuti, della concretezza e della razionalità (Panofsky, 1999, XX).

Il metodo al quale perviene è tributato in qualche misura dal suo maestro che è A. Warburg. La pretesa, forse un po' troppo ambiziosa, che nutriva P. era quella di coinvolgere il grande pubblico, il quale, però, si sente disarmato dalla necessità di conoscenza e competenza che occorre per applicare il metodo di analisi iconologica. L'altra ambizione, che in parte decade, è quella per la quale l'iconologia avrebbe dovuto stare alla iconografia, come l'etologia stava alla etnografia.

Riflettiamo sul termine "iconologia" che viene usato per la prima volta nel senso di un progetto sistematico da Cesare Ripa nella sua *Iconologia* (1593) con l'intenzione di classificare tutte quelle immagini che sono prodotte per significare altro rispetto a ciò che si sta vedendo. Panofsky sostiene altresì che "l'iconologia dovrebbe essere il metodo di interpretazione storica che superi gli aspetti puramente descrittivi e classificatori dell'analisi dei motivi e dell'iconografia (ibidem, 1999, 37).

Riguardo questo termine sappiamo che, stenta a metter radici e che pochissimi l'accolgono, per arrivare addirittura al 1966, data in cui il termine è completamente permeato e incardinato nel significato di 'iconografia'<sup>5</sup>, su suggerimento di Meyer Shapiro.

---

<sup>5</sup> La linea di ripiegamento, suggerita da Shapiro compare nella di Taylor: "Oggi, nel 1966, avrei forse sostituito la parola chiave del titolo, *iconologia*, con *iconografia*, più familiare e meno soggetta a discussioni" (P., 1999, pag XXIV)

La storia dell'arte, secondo tale teorizzazione, è storia degli stili, concepita come insieme di simboli mutabili attraverso le culture e i secoli, espressi mediante processi di astrazione della mente umana.

In Studi di Iconologia, P. chiarisce che "l'iconografia è quel ramo della storia dell'arte che si occupa del soggetto o significato delle opere d'arte, in quanto contrapposto alla forma di esse" (ibidem, 3). Poi porta l'esempio dell'uomo che per strada per salutarci si toglie il cappello, individuando già il fulcro del suo pensiero: ossia, la visione dell'uomo con le sue forme e i suoi colori, sarebbe il significato fattuale; il fatto che si toglie il cappello, identificherebbe il significato espressivo; il fatto che poi noi siamo in grado di comprendere che questo sia un gesto di saluto e cortesia, risalente al "periodo cortese", individuerebbe il significato intrinseco. Trasferendo all'arte questa semplice analisi si ottiene:

- a) **Soggetto primario o naturale**, articolato in fattuale ed espressivo; coincide con l'identificazione di pure forme, volumi e relative espressioni (es. tutti sanno distinguere una pianta da una casa, un aereo da un volatile...)
- b) **Soggetto secondario o convenzionale**; coincide con la capacità di riconoscere il motivo artistico, il tema (es. una figura maschile con un pugnale può facilmente essere ricondotta a San Bartolomeo; tredici personaggi intorno a una tavola, possono facilmente essere ricondotti all'Ultima Cena)
- c) **Significato intrinseco o contenuto**; lo si coglie accertandosi che i contenuti di un'opera siano espressione di una data epoca, appartengono a un preciso momento storico (es. alla *Vergine* coricata sul letto, di lezione tradizionale, a un certo punto, intorno al XIV sec. si sostituì la *Vergine* in ginocchio, rivedendo lo schema compositivo generale che passa dal rettangolo al triangolo. La scoperta di questi 'valori simbolici' è ciò che P. identifica con l'analisi più profonda dell'iconologia, ed è quello a cui l'analisi artistica dovrebbe tendere (ibidem, 3-20).

Ovviamente l'analisi iconografica presuppone una familiarità con temi e motivi che se trattati con superficialità porterebbero a un'indagine errata. Quindi occorre molta dovizia e minuzia per applicare il metodo, nonché un'erudizione non così comune, questa fu una delle critiche suscitate sin da principio. Per comprendere meglio portiamo l'esempio della *Giuditta* di Francesco Maffei.

Figura 5: *Giuditta*, Francesco Maffei, <http://www.google.it/>



Si presenta come una bella donna, giovane, dallo sguardo compiaciuto che porta su un piatto una testa e con la mano sinistra tiene una spada. Ora, i Libri Sacri attestano che il capo di San Giovanni Battista fu portato a Salomè su un piatto. Allora dovremmo ipotizzare che si tratta di Salomè. Ma Salomè non è mai associata alla spada. La Bibbia in effetti ci parla di un'altra bella donna in relazione alla decollazione del Battista, ossia di Giuditta. La spada sarebbe ineccepibile, perché *Giuditta* ha decapitato *Oloferne*, ma il piatto non sarebbe coerente. Dunque? Occorre, appunto, uno sforzo di indagine più profondo, a un altro livello, che possa indirizzarci sulla corretta interpretazione. Abbiamo due fonti letterarie applicabili a uno stesso tema, cosa non desueta nella storia dell'arte. Dobbiamo in questo caso rintracciare esempi precedenti a Maffei, nei quali *Giuditta* venga ritratta in tal modo. In Italia settentrionale<sup>6</sup> e in Germania ad una analisi attenta compaiono proprio raffigurazioni simili, ossia di *Giuditta* con un piatto.

Ecco, ora fuor dall'esempio, occorre ribadire che il significato intrinseco o contenuto, necessita di una 'intuizione sintetica', come la definisce P., al pari di un diagnostico, che è ben lungi però dal coincidere con l'intuizione pura e semplice, ma che fonda le sue radici sulla conoscenza storico, artistica, sociale, filosofica di un certo periodo (P., 1999, 18).

Riportiamo in sintesi la tavola sinottica che in qualche misura sintetizza il 'metodo panofskiano'.

---

<sup>6</sup> Nella fattispecie ci si riferisce al Romanino e a Bernardo Strozzi, entrambi al Museo di Berlino

Figura 6: tavola sinottica, P., *Studi di Iconologia*, pagg.16-17

OGGETTO DELL'INTERPRETAZIONE	ATTO INTERPRETATIVO	BAGAGLIO NECESSARIO ALL'INTERPRETAZIONE	PRINCIPIO REGOLATORE DELL'INTERPRETAZIONE
1. <b>Soggetto primario/naturale</b> a) fattuale b) espressivo	Descrizione preiconografica	Esperienza pratica con oggetti ed eventi	<u>Storia dello stile</u> (comprensione profonda del modo in cui nella storia oggetti ed eventi siano stati espressi mediante <i>forme</i> )
2. <b>Soggetto secondario/convenzionale</b>	Analisi iconografica	Conoscenza delle fonti letterarie	<u>Storia dei tipi</u> (comprensione profonda del modo in cui temi o concetti specifici siano stati espressi mediante <i>eventi</i> )
3. <b>Soggetto intrinseco/contenuto</b> (valori simbolici)	Interpretazione iconografica profonda	Intuizione sintetica (familiarità con temi, oggetti, eventi, filosofie, teorizzazioni del periodo analizzato)	<u>Storia dei sintomi culturali</u> (comprensione profonda del modo in cui le tendenze essenziali dello spirito umano, siano state espresse nei <i>temi/concetti</i> )

Nel *Significato delle arti visive* (1962) P. rivendica la storia dell'arte quale appartenente alle discipline umanistiche, analizzando opere visive, le più disparate possibili dal caso dell'abate Suger di Saint Denis, a quello di Albert Dürer; dalla *Allegoria della Prudenza* del Tiziano all'arte contemporanea negli Stati Uniti. Pare molto complesso individuare il *fil rouge* che tiene insieme questa diversità di contenuti, ma per sua stessa testimonianza altro non è che il risultato di una ricerca, durata anni sull'arte medioevale e rinascimentale, con l'atteggiamento di chi corre sul filo della tradizione da un lato e dell'innovazione dall'altro (P., 1999, XX). L'itinerario che abbraccia epoche, approcci e motivi diversi, vuole in sostanza analizzare il rapporto che intercorre tra le tendenze e le culture di un'epoca, rivelare le analogie intrinseche tra arti, letteratura e filosofia, come poi vuole il metodo proposto dall'autore. Molto interessante è la riflessione sulla *teoria delle proporzioni*, nel già citato volume, che partendo dalle proporzioni egizie costruttive, poiché fondate su un reticolo, passa ad analizzare quelle greche di natura antrop-



metrica, poiché originatesi dal movimento; le quali seguono quelle classiche, secondo i canoni di Policleto, fondate sulla relazione delle membra fra loro. Segue poi lo stile medievale, che si può definire “appiattito” (ibidem, 77 ss.), poiché svaluta la dimensione della profondità.

Il Rinascimento italiano invece guarda alla teoria delle proporzioni con reverenza e secondo un postulato metafisico, basti pensare alla trattazione di Sant’Ildelgarda di Bingen sulle proporzioni umane, spiegate mediante l’armonico piano della creazione divina<sup>7</sup>. Il Rinascimento fuse l’interpretazione cosmologica delle proporzioni con il concetto di ‘perfezione estetica’ (P., 1999, 78) e raggiunse probabilmente il più stupefacente effetto ‘illusionistico’, come sosterebbe Langer.

Il merito del metodo panofskiano sta nell’aver unito il metodo di analisi iconografica di descrizione delle forme pittoriche a quello di interpretazione delle stesse, articolandole in triplici significati ogniquale volta le fonti dell’opera in esame lo abbiano consentito (ibidem, XX ss.). Il momento fondamentale nella periodizzazione degli stili avviene con l’invenzione della prospettiva, che è ben lontana dall’essere una mera espressione artistica, è anzi dimostrazione dello spostamento dell’asse teocentrico all’asse omocentrico nella lettura degli eventi storici (ibid.). Pensiamo alla Basilica superiore di Assisi quando ancora la prospettiva faticava a essere presente nelle campiture e semmai era in erba il tentativo di fondare la visione del mondo sull’uomo, pensiamo alla Cappella Sistina che è l’esempio più dichiaratamente antropocentrico tra quelli rinascimentali in ambiente ecclesiastico.

Nel metodo P. la descrizione è interpretazione, in quanto ogni descrizione si basa su ragioni sottili e molto più profonde della constatazione. Ogni descrizione è la struttura su cui si reggono i tre livelli del significato dell’opera d’arte (ibid.).

Un ponte tra iconologia e iconografia, molto più di recente lo getta **Ernst Gombrich** che è considerato il padre della *semiotica dell’arte*, si forma alla scuola viennese, il suo pensiero risente delle frequentazioni di Ernst Kris, di cui è amico e il quale diviene prima storico dell’arte e poi psicanalista alla scuola di Freud.

---

<sup>7</sup> Quasi quattrocento anni prima che Leonardo da Vinci disegnasse *l’uomo vitruviano*, con le note proporzioni ideali assegnate al corpo umano, armoniosamente iscritto nelle figure del cerchio e del quadrato, Hildegarda von Bingen aveva ipotizzato l’esistenza dell’*uomo sinfonico*.

La produzione di G. risente dunque da una lato della tradizione cassireriana e dall'altro della nascente scuola psicoanalitica capeggiata da Freud (G., 2003, VII –XI).

Con *Arte e illusione* (1959) propone una riflessione sulle tematiche della psicologia sottesa alla rappresentazione pittorica. Rimane uno dei testi chiave nella critica artistica internazionale per spessore scientifico e chiarezza espositiva. Particolare attenzione si dà alla percezione ottica e alla illusione del senso visivo, come voleva il pointillisme dell'inizio del secolo scorso. Eredita dalla gestalt una certa rigorosa attenzione alle immagini ma teorizza in modo più fresco e flessibile i risultati di tale scuola (ibidem).

Affronta il problema della 'vera arte' dal Cinquecento in poi, che fu dominato dalla bellezza dapprima sotto forma di metafisica platonica, e poi dall'estetica che distinse la vera arte dalla semplice padronanza di un mestiere artigiano: le speculazioni sul tema furono assai numerose e arrivarono a collocare l'artista vicino a ruoli quasi profetici e vaticinanti per le sue peculiari qualità sensibili, tanto da permettere al singolo di emanciparsi dalla corporazione e dal marchio, tanto da divenire *maestro d'arte* (ibid., 43, ss.). Perciò, per quanto possa sembrare difficile Gombrich, consiglia di tenere separati i dogmi estetici dalla percezione visiva che con i risultati gestaltici, aveva raggiunto un soddisfacente livello esplicativo delle funzioni cerebrali inerenti la visione.

Si occupa poi dell'enigma dello *stile*, che non può essere spiegato semplicemente da razionalizzazioni degli stili, ormai concordemente accettati, è necessario indagare approfonditamente la questione della rappresentazione visiva e del suo contatto con le scienze psicologiche per capire cosa sia lo stile e come si è qualificato nei secoli (ibid., 117-143).

Si chiede a esempio se il pittore veda 'meglio' dei comuni mortali, oppure se l'intelletto abbia un ruolo di primaria importanza nella risoluzione delle immagini, o ancora se i sensi possano aiutare a decifrare e comprendere la rappresentazione pittorica: si confronta dunque con le tematiche ancora irrisolte della storia dell'arte, e partendo da premesse cassireriane, ne dà una lettura affatto originale, anche rispetto a Langer (ibid.). Interessante è l'esempio inerente gli egizi, riguardo cui non voleva accettare l'idea di una 'certa ingenuità tecnica' che li avrebbe condotti allo schiacciamento della figura umana e alla predilezione per la posa di fianco. Si interroga sulla affinità, dunque, dell'arte primitiva (egizia appunto) o quella infantile: qui ravvisa il primo momento storico nel quale sia situabile il contatto tra la psicologia e la rappresentazione pittorica. La

risposta che offre è disarmante, quanto semplice, ossia secondo G. gli Egizi non avrebbero potuto rappresentare diversamente che ‘appiattite’ le immagini, in quanto la loro mente non era pronta a elaborare immagini di maggiore complessità costruttiva; infatti bisognerà attendere Giotto per intravedere i primi tentativi di ricerca della profondità nello spazio. Insomma come dire che ‘ciò che è facile per noi non è detto che lo sia stato per i nostri avi (G., 2003, 33).

Figura 7: calcare dipinto, Nuovo Regno, inizio XVIII dinastia (1540-1479 aC.), Provenienza: Tebe, Dra Abu el Naga, in seguito Collezione Drovetti, 1824 N.Inv C.1638, <http://www.museoegizio.it/pages/stele.jsp>.



*“Se è altresì vero che l’arte di Tell el Amarna, è nell’insieme, più varia di schemi e più flessibile, questi affinamenti del sistema drammatico, per quanto sorprendenti, non devono fuorviare lo storico dell’arte, inducendolo a parlare di rivoluzione naturalistica. Farlo vorrebbe dire misconoscere gli effetti di quel vero e proprio cataclisma che fu il ‘miracolo greco’”* (ibidem, 121-122). Come dire che la raffigurazione pittorica fu messa in discussione dai greci, ma non dobbiamo mai dimenticare, proprio per questo motivo, che noi siamo figli di quella rivoluzione e che guardiamo all’arte egizia con l’atteggiamento mentale di chi ha conosciuto la ‘profondità’ attraverso i *kouroi* o Apolli di Delfi (VI sec. a. C.); questo è il motivo sostanziale per cui tali immagini le vediamo come ‘infantili o ingenui’, ma che in verità non lo erano affatto.

Figura 8: statue di Kleobi e Bitone donate a Delfi dalla città di Argo, Marmo, 580 a.C., Museo Archeologico di Delfi. N.467,1524, <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Kouroi2.jpg>.



Il senso di tale scelta, secondo G., è da ravvisarsi nel contesto culturale, che ha più tardi permeato la produzione 'primitiva', tanto amata dalle avanguardie.

Oggi, più di un tempo le rappresentazioni visive sono considerate 'banalità', poiché oggi più che mai siamo subissati dalle immagini a buon mercato, che si trovano sui banchi dei supermercati o sulle più svariate trasmissioni televisive o ancora largamente declinate e riproposte dalle pubblicità. Oggi l'immagine è ovunque e l'arte che ha la capacità, come diceva Platone nel *Sofista* di risvegliare i sensi per meravigliare, fa fatica quasi a farsi strada (ibid., 120).

G. si confronta con il concetto di *mimesis* tanto citato nella storia dell'arte, adducendo la storicità del concetto quasi come una ragione per cui occuparsene e per condurre la sua riflessione sul tema della percezione.

In effetti partendo proprio dalle premesse della raffigurazione egizia, tanto appiattita, o ingenua, se preferiamo, ma pur sempre, figlia del suo tempo, l'analisi procede con una riflessione sulla rivoluzione greca, che è tutta nella narrazione (ibid., 117-119). Pensiamo a Omero e alla sua capacità di raccontare gli eventi come se avesse, lui stesso assistito agli intimi pensieri degli eroi, a Troia presa d'assalto, al figlioletto di Ettore impaurito dall'elmo paterno. Ciò che ci lascia sbigottiti per una poeta del VIII sec. a.C. è la capacità narrativa dell'intreccio degli eventi. Capacità che si intravede molto bene nel

famoso *kilix* della bottega di Gerone e Macrone, raffigurante il *Giudizio di Paride*: ove si scorge nella produzione del V sec. a.C. l'acquisita abilità nel raffigurare la figura umana, soffermandosi sugli atteggiamenti: ad esempio si nota Ermete che ha vocato a se Paride per assegnare il pomo alla più bella, Atena che saluta con un cenno, Hera riservata attende, Afrodite, sicura di vincere si circonda di cupidi. Si tratta ancora di una narrazione "concettuale", preoccupata della chiarezza della forma, che la Grecia aveva ereditato dall'Egitto, dove però si nota la gentilezza dei lineamenti del pastore, la sicurezza di Afrodite e gli atteggiamenti paraverbali delle diverse divinità. Insomma si tende a delinearne per quanto possibile psicologicamente i caratteri degli Dei (ibid., 128-129).

*"Allorché lo sforzo di partecipazione attraverso la fantasia diventa consapevole, il corso dell'arte si dirige verso nuovi continenti dell'esperienza umana"* (ibidem, 133). Ecco la reazione a catena di cui parla G.: l'arte narrativa conduce allo spazio e all'esplorazione degli effetti visivi, mentre la decodificazione di questi ultimi richiede un atteggiamento mentale che allontana l'uomo dalla potenza dell'immagine che vive di per sé, ossia un faraone che in posa ieratica vince immobile i nemici e trionfa su di loro, si abbandona il terreno della perpetuità per un momento di "fuggevole immaginazione", raffigurato dall'estrosità e creatività dell'artista (ibid.).

Figura 9: *Il giudizio di Paride*, Kilix attica a figure rosse, Vulci, (490-480 a.C), Museo di Berlino, <http://www.canino.info/inserti/monografie/etruschi/miti/elena/index.htm>.



La tesi a cui perviene G., dopo circonclusioni mentali, citazione letterarie e riferimenti a opere d'arte dell'antichità è indubbiamente originale, poiché si ritiene che la nascita della libera espressione artistica sia da individuare nella 'rivoluzione greca', situabile intorno al VI-IV sec. a. C. ed è qui che si pongono le basi della illusione dell'immagine, dopo l'abbandono della fissità per una vocazione alla libertà di narrazione pittorica e, ovviamente letteraria. La funzione e la forma nell'arte si sarebbero liberate dalla sovrannaturale rigidità arcaica per divenire *mimesis*, quando la mimesi in Grecia, rappresentava la 'nuova tendenza'.<sup>8</sup>

L'obiettivo del testo in esame è "*accrescere la nostra curiosità su quelle specifiche e uniche funzioni dell'arte che richiedono lo sviluppo dei mezzi illusionistici*" (ibid., VIII). Giustifica l'attingere al campo psicologico, pur non essendo uno psicologo, sostenendo che "*fu soprattutto l'amico Ernst Kris, lo storico dell'arte divenuto psicanalista, a convincerlo, nel corso di una amicizia più che ventennale, dell'utilità del metodo*" (ibid., IX).

Nei *Sentieri verso l'arte* (1996), testo che ha goduto di enorme fama, con le sue sedi edizioni in trentatré lingue, riunisce i migliori scritti, le conferenze più significative, utili a esaminare il rapporto tra arte psicologia, tradizione e innovazione, primitivismo e primitivo, nonché la simbolica nell'arte, affronta ancora una volta i temi trattati nel corso delle sue conferenze alla Oxford University (G, 2003, 9 ss.).

Affronta ne *L'immagine visiva come forma di comunicazione*,<sup>9</sup> il tema della potenzialità dell'immagine visiva, tema molto attuale se pensiamo alla miriade di immagini che ricorrono nella nostra memoria, dopo essere state distrattamente osservate dai nostri occhi nel mentre peregriniamo per le nostre città, e la sua importanza rispetto alla comunicazione. Pare che il potere delle immagini sia un fatto assodato da millenni, ma quale che sia il valore informativo dell'immagine stessa è riduttivo confinare l'opera

---

<sup>8</sup> Platone, *La Repubblica*, IV sec. a.C., Libro II. ATENIESE: è incredibile anche solo a sentirne parlare. Perché anticamente, a quanto pare, fu riconosciuto da quelli quel criterio che noi ora affermiamo, e cioè che i giovani negli stati devono abituarsi ad avere a che fare con le belle movenze e i bei canti: stabilite quali e come dovevano essere, li misero in mostra nei templi, e oltre a questi non era permesso né ai pittori, né a tutti gli altri che riproducono figure e altre cose del genere, di trasformarle o di concepirne altre che non fossero quelle patrie, e neppure ora è lecito, né in questo ambito, né in tutto il campo della musica. E se vuoi indagare, troverai che in quel luogo sculture e pitture di diecimila anni fa - di diecimila anni fa veramente, e non così per dire -, non sono né più belle né più brutte di quelle realizzate adesso, perché sono realizzate con la stessa tecnica.

<sup>9</sup> Pubblicato originariamente in *Scientific American, Special issue on Communication*, vol.272 (1972), pp 82-96

d'arte alla sola sfera della sensibilità, tanto più che è dimostrato che l'informazione che l'artista vuol offrire piuttosto raramente arriva integra alla sensibilità del fruitore. È come dire che nel processo di comunicazione dell'immagine tra artista e fruitore avviene una corruzione dell'informazione, poiché spesso vi sono problemi di visione: siamo infatti portati a leggere le immagini partendo dal presupposto che la luce cada dall'alto e da sinistra, difatti se rigiriamo immagini complesse, ciò che prima era concavo, ci apparirà convesso, per questa specie di 'deformazione nella visione'. Tenuto fermo l'assunto della didattica nell'arte, occorre far notare, che l'identificazione (sintetica) tra arte e comunicazione, come vorrebbero alcuni, pare non essere praticabile nel spiegare il potere delle immagini e l'attrazione che l'arte esercita sull'uomo indipendentemente dalla sua cultura e dalla sua estrazione sociale (ibid., 64)

Per demolire l'idea di artista genio, provocatore di sensibilità nel pubblico si spinge ad affermare che *“non esiste in realtà una cosa chiamata arte. Esistono solo artisti: uomini che un tempo con terra colorata tracciavano alla meglio le forme del bisonte sulla parete della caverna e oggi comprano i colori e disegnano i cartelloni pubblicitari per le stazioni della metropolitana, e nel corso dei secoli fecero parecchie altre cose”* (ibid., 65).

In *L'uso delle immagini* (1999) analizza lo stretto legame che l'opera d'arte intrattiene con il mercato e il perché la pittura sia meno richiesta di un tempo, fornendo in buona sostanza tre motivazioni (G., 1999, 6-13):

1. scomparsa di ricchi mecenati laici o ecclesiastici, per l'affievolirsi delle motivazioni storiche che hanno determinato il proliferare della pittura della scultura e della architettura sino agli inizi del novecento, ossia la scomparsa di una classe dirigente e ricca, quella nobiliare, che poteva investire cifre importanti in opere importanti, causata anche dalla scomparsa su cui reggeva tale struttura sociale, ossia il latifondo.
2. l' inutilità di manifestare la gloria del principe laico o ecclesiastico e della sua corte, pensiamo alla *teoria di Teodorico* a Ravenna.
3. La nascita di una nuova classe sociale, la borghesia, che può investire meno danari in opere d'arte e al cui bisogno di 'bello' risponde sufficientemente la fotografia.

Interessante in questo testo è l'analisi che fa del genere caricaturale che ebbe tanto successo grazie ai fratelli Carracci che crearono, con le caricature dei loro famigliari, la domanda di disegni di questo tipo, apprezzati poi dal pubblico del Novecento. Con questa pubblicazione focalizza i suoi studi sugli aspetti sociali dell'opera d'arte.

**Rudolph Arnheim** si forma alla Scuola della Gestalt, a fianco a Max Wertheimer, a causa delle persecuzioni razziali, essendo d'origine ebrea è costretto nell'estate del 1933 a riparare verso Roma, dove inizia a collaborare con l'Istituto Internazionale per la Cinematografia Educativa. Nel 1938 si trova a dover fuggire di nuovo, questa volta prima a Londra e poi a New York, come molti intellettuali del suo tempo. Trova lavoro per le Fondazioni Rockefeller e Guggenheim e più tardi come ricercatore alla Columbia University. Nel 1946 ottiene la cittadinanza americana e pubblica il suo testo più famoso, ossia *Art and visual perception*. Trascorsi gli anni della guerra e del dopoguerra, si trasferisce alla Harvard University e più tardi alla University of Michigan. Nel 2004 Arnheim compie 100 anni e l'attenzione per le tematiche trattate nelle sue opere si rinvigorisce a fronte del nuovo dibattito internazionale sui temi della fruibilità dell'opera d'arte e dell'uso delle immagini attraverso le nuove tecnologie. Pare quanto mai sensato proporre in questa sede alcuni temi da lui indagati nel corso della sua lunga vita, come a esempio le sue riflessioni sull'equilibrio, sull'espressione e quelle sull'apprendimento artistico e l'espressione creativa nei bambini di età prescolare e della scuola primaria.

*“Siamo di continuo [...] perseguitati dall'immagine (e) [...] stiamo trascurando il dono di comprendere le cose valendoci di ciò che i sensi ci dicono. La semplice presa di contatto con i capolavori non può bastare: troppe persone visitano i musei e raccolgono libri d'arte senza con ciò ottenere un accesso all'arte”* (Arnheim R., 2001). Allora come si fa ad avvicinarsi all'arte e comprenderla? Nel suo testo A. tenta di rispondere a questo quesito indagando in maniera dettagliata e ricca di esempi i concetti di 'forma, spazio, colore e movimento'. Passeremo in rassegna solo alcune tematiche utili alla nostra indagine e come sostiene l'autore ricordiamo che il suo tentativo è *“quello di discutere di alcune qualità della visione [...] Da sempre si (è) interessato all'arte, studiandone la natura e la storia, esercitando i (suoi) occhi e le (sue) mani con essa, ricercando la compagnia di artisti, di teorici dell'arte”* (ibidem, 25), come ad Harvard dove fu istituita appositamente per lui la cattedra di psicologia dell'arte. Gli esperimenti che ri-

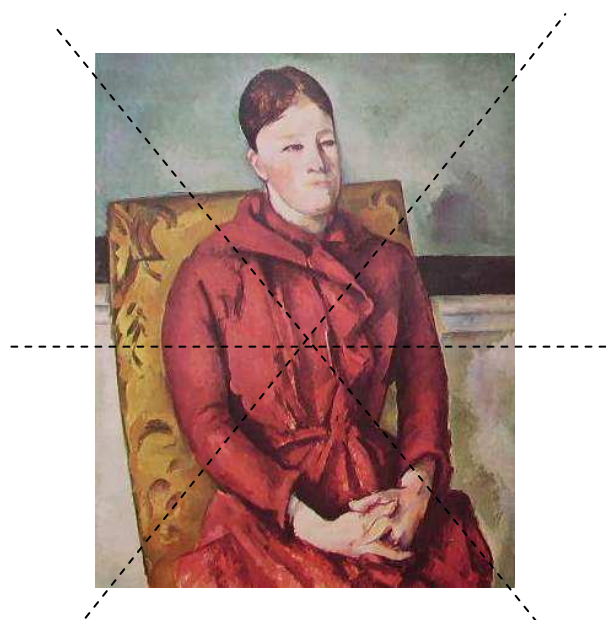


porta nei suoi scritti sono ispirati alla psicologia della gestalt, ma non si esauriscono lì, poiché non indaga solo la 'forma', ma tenta anche di spiegare alcune opere d'arte note al largo pubblico, come *l'Amor Sacro e L'amor Profano* di Tiziano, su cui torneremo; e si interessa inoltre anche di pedagogia dell'arte. Il limite dei suoi studi, come peraltro lui stessi mette in luce più volte, è legato all'approccio psicologico, che se da un lato è manchevole dell'aspetto clinico, dall'altro non soddisfa tutti i bisogni espressivo interpretativi dell'opera d'arte in se, e quindi manchevole anche dal punto di vista storico e tematico del soggetto. D'altro canto quando si tenta di mettere insieme campi del sapere così differenti e vasti, diventa difficile procedere, se non si applica alla propria indagine una selezione delle tematiche e dei naturali 'aggiustamenti compensativi' di ordine contenutistico (ibid.).

Una delle prime indagini riguarda il concetto di induzione percettiva, che altro non è che "un'interpolazione basata su una conoscenza acquisita precedentemente; ma di regola è un elemento integrante che deriva spontaneamente, durante la percezione, dalla configurazione al pattern" (ibidem, 32). Come dire che quando ci troviamo a prendere visione di un'immagine, ci affidiamo a una conoscenza acquisita nel passato e che si rifà a un modello che via via abbiamo costruito. L'artista, quando dipinge, sa che esiste un rapporto tra gli oggetti che si appresta a raffigurare che esiste altresì una distanza esatta, stabilita intuitivamente dall'occhio. Se immaginiamo di costruire un quadrato con le relative ascisse e ordinate e segniamo il centro dato dall'incontro delle diagonali, avremo costruito ciò che A. definisce lo 'scheletro del quadrato', ossia quella situazione visuale in cui la posizione di un'area verrà a subire l'influenza di tutte le forze esercitate da fattori strutturali nascosti, per cui la posizione centrale offrirà stabilità, così come quelle angolari, lungo la direttiva obliqua da angolo a angolo. Prendiamo a es. *Madame Cézanne sulla sedia gialla*, il ritratto fu dipinto nel 1880-1890 (ibid., 51-54). È uno dei tanti ritratti dedicati alla moglie. La prima impressione che si ricava dal dipinto è di tranquillità e di serenità, sebbene a un'indagine più accorta si noti una certa tensione sia nello sguardo che nella postura: la figura è al contempo leggera e forte. Come è riuscito l'artista a offrire con così pochi attributi visivi, in quanto non si tratta di una grande campitura e nemmeno di una scena d'azione, un risultato di grande energia come questo?

Il quadro è un rettangolo di altezza superiore rispetto alla base, con una proporzione di 5:4. Il corpo è in direzione verticale e la posa eretta rafforza la posizione della sedia che segue il medesimo orientamento. La sedia è un po' più stretta del quadro e la signora Cézanne è più stretta della sedia: si genera, così, un progressivo assottigliamento. La striscia scura della parete a boiserie taglia in due la dimensione orizzontale, secondo un rapporto di 3:2 per la parte sottostante la metà del dipinto, e di 2:1 per la parte sovrastante la metà verso l'alto, vale a dire che se dividiamo l'altezza della tela secondo la figura, il rapporto non è equo e la parte sotto è leggermente più alta di quella sopra che però è incisa dal segno pittorico di Cézanne che con il colore e la geometria dei volumi riesce a dare forte energia al fondo della rappresentazione. Imprime inoltre un senso di dinamismo, nonostante la signora sia seduta, poiché parete, sedia e figura (i tre piani dell'opera) si sovrappongono con un movimento da sinistra verso destra, mentre la signora occupando la parte più a destra della sedia si oppone a tale forza direzionale. L'esito? Dinamismo e energia, sebbene la signora Cézanne sia immobile (ibidem).

Figura 10: *Madamme Cézanne sulla poltrona gialla*, 81 x 65, Chicago Art Institute, <http://www.google.it/imgres?imgurl=http://www.frammentiarte.it>



Interessante è la riflessione che affronta sullo sviluppo infantile del disegno a cui vale la pena dedicare qualche accenno (ibid, 142-185).

Perché i bambini disegnano così? Ossia similmente ai 'primitivi'? Nei disegni dei bambini non si trovano né conformità al reale né prospettiva. Mancano di abilità? E' più semplice disegnare il mondo attraverso cerchi e linee? Mancano di osservazione o interesse? Nessuna di queste ipotesi, che fino ad A. sono state addotte per spiegare la tendenza dei bambini a realizzare disegni bidimensionali con l'utilizzo di modelli (forme), ripetuti indifferentemente per rappresentare soli, pianeti, uomini, alberi ecc., pare veramente esaustiva. Vi è anche la critica alla teoria intellettualistica che è probabilmente la più antica e che riconduce la conoscenza al tatto, ma che per A. è inapplicabile al disegno infantile. Infatti A. sostiene che il tatto sia certamente una forma di conoscenza indispensabile ma non l'unica e neppure la migliore, perché presupporrebbe che la conoscenza astratta venisse prima di quella concreta. Ma se la conoscenza non passa dalle immagini o dai contenuti visivi in quale altro campo la dovremmo cercare? Inoltre Gesell A.<sup>10</sup> afferma che la prensione oculare precede quella manuale. "Per poter infatti sperimentare cinestesicamente lo spazio, il cervello deve costituirlo dentro di sé, da messaggi sensoriali che non sono spaziali" (ibidem, 146), ossia visivi. I disegni dei bambini, risolve A., sono essenziali perché semplicemente rispondono a tutte le esigenze e non perché non siano attenti, o interessati, anzi chi ha esperienza di insegnamento con i bambini sa quanto il loro interesse spesse volte superi quello dell'adulto. Secondo questa teoria di pensiero, inoltre il bambino 'inventa', ogni qualvolta sia necessario forme e colori nuovi, a esempio usa il cerchio raggato, ben noto a tutti, per indicare indifferentemente sia il sole, che la testa di un signore o una signora, o un albero ecc. Crea 'concetti rappresentativi' i quali forniscono l'equivalente dei concetti visivi, tramite un medium (ibid.).

Affronta poi la questione della grande arte da ciò che non lo è, affidandosi proprio a tali 'concetti rappresentativi', che distinguono l'artista dal non-artista, dall'uomo comune; "*privilegio dell'artista (infatti) è la capacità di cogliere la natura [...] nei termini di un determinato medium e renderla in tal modo tangibile*" (ibid).

---

<sup>10</sup> Arnold Gesell è stato un pioniere nello studiare lo sviluppo psicomotorio del bambino, ne la *Crescita mentale del bambino prima dell'età scolare. Schizzo psicologico dello sviluppo normale, dalla nascita ai sei anni comprendente un sistema di diagnosi mentale* (1926), studia centinaia di bambini e i loro bisogni attraverso il movimento, sino a giungere a elaborare una scala inerente lo sviluppo del bambino, mediante l'osservazione e l'analisi dei movimenti, della coordinazione, dell'adattamento, del linguaggio e del comportamento sociale.

Riguardo lo sviluppo della forma pittorica sostiene che l'intelligenza creativa pittorica si sviluppi gradualmente passando da pattern più semplici a pattern più complessi: l'occhio e la mano sembrano proprio creati ad hoc per permettere al bambino di disegnare cerchi e linee, e solo più tardi associarle in forme più complesse. Un po' come accade con l'*action painting*, ove il movimento, l'atto creativo diviene esso stesso arte, così l'arte del bambino è essenziale e satura di contenuti sebbene espressa in forme semplici che si addicono a un ordine psicologico e neuronale che è in via di accrescimento. Disegnare in età prescolare e della scuola primaria significa soprattutto fare, e in questa età i bambini fanno e conoscono per imitazione. Così il 'cerchio' è la prima figura di senso per un adulto che emerge dagli scarabocchi dei più piccoli; superato questo stadio, appunto, 'lo stadio del cerchio', verrà quello del 'contenere', nel quale più cerchi contengono un contenuto, ossia a esempio due cerchi l'uno che contiene l'altro per raffigurare un orecchio; poi seguirà la verticale e l'orizzontale. Queste ultime compaiono solo in un secondo momento, secondo A., poiché l'idea di direzione è più complessa e richiede strutture mentali più raffinate, ancora più tardi si perviene alla profondità, con la linea obliqua, nel frattempo le 'invenzioni formali', come le definisce A. (ibidem,162) si moltiplicano in una varietà infinita.

Con queste osservazioni A. vuol mettere l'accento sul fatto che i disegni dei bambini, seppur apparentemente primordiali, non abbiano nulla a che vedere con quelli dei cosiddetti 'primitivi' (i graffiti dei Camuni o i geroglifici egizi), e tanto meno sono apparentabili all'arte contemporanea, come l'arte astratta o l'*action painting*, poiché le strutture cerebrali sottese alla creazione, nonché le motivazioni, la sensibilità e i vissuti degli artisti adulti non possono in alcun modo essere ricondotti alla produzione infantile; la quale per contro non può essere sminuita, poiché ricondotta al bidimensionalismo, anzi, a un attento esame risulta essere piena di significati e ricchissima di particolari, in quelli che per un adulto possono sembrare solo scarabocchi (ibid.,174 ss.).

Figura 11 : Senza Titolo, Jackson Pollock, 1951, <http://www.google.it/imgres?imgurl=http://www.passion-estampes.com>



## ***1.2 LA SOCIOLOGIA DELL'ARTE E LO STORICISMO DI WÖLFFLIN.***

*“L’arte, nel contesto culturale italiano, ha costituito emblematicamente un campo di indagine da cui l’analisi sociologica avrebbe dovuto essere esclusa. Il blando relativismo o più precisamente lo storicismo, cui qualunque ragionevole impostazione del rapporto tra arte e società sembrava rimandare, ha rappresentato un serio vincolo al diffondersi di tale prospettiva analitica”* (A. L.Tota, 2002, 19). **Vera Zolberg** nella sua ormai nota pubblicazione intitolata *Constructing a Sociology of the art* (1997) affronta proprio questa questione dello studio sociologico nei confronti dell’opera d’arte, e di come tali indagini abbiano faticato e svilupparsi e abbiano incontrato fortissime resistenze da parte degli studiosi di estetica. Sintetizzando il pensiero di Z., possiamo affermare che ciò è avvenuto perché le due discipline stanno in qualche misura agli antipodi: l’una, quella estetica, ha per oggetto l’individuazione dei criteri di distinzione delle opere d’arte, e ritiene che tali criteri risiedano nelle qualità oggettive di queste opere; l’altra, quella sociologica, da Bordieu a Becker evita l’approccio valutativo. Il sociologo dovrebbe attenersi ai principi della autovalutatività e avrebbe dovuto indagare i contesti che rendono l’arte sviluppabile più che darne un giudizio qualitativo, avrebbe dovuto altresì analizzare i sistemi professionali, nonché le carriere artistiche. Conseguenza diretta di questo atteggiamento, secondo la Zolberg è stata la desacralizzazione dell’arte e dei suoi creatori, che sommata a un’attività quasi artigiana e professionale, più che artistica, ha prodotto

la scomparsa dell'idea dell'artista-genio. Vediamo che la posizione della Zolberg è ben diversa da quella dello storico Gombrich.<sup>11</sup>

Gli studi sociologici si sono prevalentemente concentrati negli ultimi trent'anni sul rapporto tra arte e istituzioni (Di Maggio, 1992; Bordieu 1983; Peterson 1992); o anche sul rapporto tra arte e genialità (De Nora 1995); o ancora della produzione artistica come produzione collettiva (Becker, 1982). Tenuto conto della differenza degli approcci le teorie sociologiche dell'arte sono unificabili sotto l'aspetto della sostanziale opposizione al criterio di valutazione estetica, come sostiene Zolberg. Infatti *“per i sociologi, più della creazione artistica è importante il processo sociale della creazione di uno status, al termine del quale alcune opere d'arte vengono scelte per essere incluse nel canone [...] d'élite. Il sociologo è più interessato all'uso simbolico sociale dell'arte che non all'opera d'arte in sé”*. (Zolberg, 1994, 54) Rispetto a queste posizioni più radicali, oggi la riflessione sociologica guarda al concetto di “valore estetico” e a un suo recupero, resta da vedere dove condurrà.

**Arnold Hauser** nasce a Timișoara nel 1892 e si trasferisce in Gran Bretagna nel '38, ove insegnerà Storia dell'arte in diverse Università. Sulla scorta della Scuola storicista tedesca e sulla dottrina marxista muove i primi passi e arriva a respingere l'idea di una autonomia dell'arte dalla società, poiché essa consta nella sostanza di fattori materiali che sono interdipendenti tra loro. Tra le sue opere più note ricordiamo l'analisi della produzione artistica, secondo un modello sociologico (Storia sociale dell'arte, 1971) e il tentativo ambizioso di confrontarsi con altre discipline, quali la psicologia e la filosofia, nonché la storia per lo studio dell'arte; tentativo che condurrà H. alla elaborazione di una teoria dell'arte nel 2001. Egli ritiene che *“le opere d'arte [siano] una forma di provocazione. Noi non le spieghiamo, ma ci misuriamo con esse”* (H, 2001, 15). Noi interpreteremo le opere d'arte, modulando l'interpretazione sui nostri bisogni e sulle nostre aspirazioni. Così facendo ogni generazione arricchisce il patrimonio significativo dell'opera in sé e prepara il terreno alla generazione successiva. L'opera d'arte poi è assai degna di attenzione proprio per la sua resistenza alla interpretazione sociologica: difatti l'opera costituisce un sistema chiuso e finito, in cui i momenti singoli sono interamente spiegabili in base alla loro dipendenza reciproca (H., 2001) Appurata la natura

---

<sup>11</sup> Cfr. par. 1.1. pag 26.

dell'opera d'arte H, procede con un'investigazione sull'illusione, che è propria dell'opera in se, come abbiamo già visto con Gombrich<sup>12</sup>, la quale non si esaurisce nell'opera creata e che non rappresenta il fine primo della creazione artistica e nemmeno quello più importante. *“Perché, se anche è vero che noi, per entrare nel circolo magico dell'arte, dobbiamo disimpegnarci in certa misura dalla realtà, [mettendo in moto quindi l'atto dell'illusione], tuttavia non è meno vero che ogni arte autentica ci riconduce con un giro più o meno largo alla realtà stessa”* (ibidem).

La grandezza dell'arte consiste in un'interpretazione della vita che ci aiuta a dominare meglio lo stato caotico delle cose. La cultura, secondo la visione di H, serve a un fine assai alto, ossia quello di proteggere la società e conservarla al meglio. Ma come avviene tale processo di tutela? L'arte promuove sempre l'interesse di una classe dominante, già solo con la rappresentazione e col tacito riconoscimento dei suoi giudizi di valore morale ed estetico (H., 2001, 18). Così facendo l'arte si lega a doppio nodo alla propaganda, che è fatto assai invalso nella storia dell'umanità. Uno dei limiti dell'arte sarebbe proprio questo suo carattere, questa sua natura *“sociologicamente definita, sociologicamente condizionata”* (ibidem). Ciò che appare veramente libero da condizionamenti esterni è la qualità, almeno la sociologia non può e non riesce a riguardo a esprimere una riflessione univoca e circoscritta, poiché per sua natura l'opera d'arte è qualitativamente valida, se le parti che la compongono sono valide. Peraltro la qualità non sempre incontra la popolarità. Un'arte qualitativamente pregevole si rivolge a una comunità culturale circoscritta e non all'uomo naturale di Rousseau (ibidem, 20). La sociologia non è in grado di offrirci risposte sulla qualità, ma solo sulla causa del sorgere di un'opera, un po' come la psicologia e le altre scienze morali riesce a confrontarsi solo con i problemi di natura genetica, e se vogliamo questo può essere un suo limite. Non può dare spiegazioni di tipo qualitativo, poiché, è linguisticamente povera nel rendere la complessità emotiva di un'opera, ed è altresì povera dal punto di vista metodologico, per affrontare la complessità costruttivo - genetica dell'artefatto creativo. Altro punto cruciale nell'analisi hauseriana è la riflessione sulle ideologie, per la quale si è resa necessaria una spiegazione dopo aver teorizzato che l'opera d'arte è pur sempre condizionata da una gruppo sociale. Se affermiamo, dice H., che le creazioni culturali di una collettività sono 'innocue' e 'oggettive', dobbiamo anche riconoscere l'angustia di tale affermazio-

---

<sup>12</sup> Cfr. Arte e Illusione, Gombrich, 2003.

ne; in quanto l'arte rispetto ad altre materie si rivolge molto più liberamente e schiettamente agli obiettivi sociali della vita, ed è molto più di chiaramente arma ideologica, rispetto a esempio alla matematica o alle scienze (H., 2003, 28). Il problema della dell'ideologia, quindi, nelle scienze umane si configura diversamente da quello delle scienze obietive; la verità artistica in effetti è molto più complessa da individuare che non la verità matematica. Ciò accade perché un'opera d'arte non è né giusta né sbagliata, né vera, né falsa, è per sua natura 'partigiana', il problema del vero e del falso alla fine non è nemmeno importante (ibidem, 28 ss.).

L'artista dal canto suo anche inconsciamente, talune volte, rappresenta le idee e le intenzioni non solo delle classi dominanti, portatrici di una data cultura, ma anche di quelle alle quali si sente più profondamente legato e che potrebbero rappresentare dei committenti potenziali. C'è poi il rapporto che l'opera d'arte intrattiene col la dimensione temporale: correnti artistiche e opere d'arte del passato sono scoperte, interpretate o abbandonate a seconda dei punti di vista e delle norme valide nel presente. Pensiamo a esempio al futurismo, oggi tanto di moda e da poco riscoperto, dopo l'oblio iniziato nel dopoguerra. Ogni generazione giudica le aspirazioni artistiche dei tempi passati più o meno a seconda delle proprie intenzioni.

Hauser mette in crisi il postulato che l'opera d'arte per essere vera debba essere libera da qualsiasi pressione di qualunque gruppo sociale, dimostrando che l'arte è pur sempre un prodotto del suo tempo e espressione di una certo gruppo. Ma se anche per assurdo accogliessimo l'ipotesi opposta, ossia che l'opera d'arte è un sistema chiuso che inizia e finisce in se stessa a cui basta la storia dell'arte e la dimensione creativa 'pura', è così vero che le opere d'arte dovrebbero essere apprezzate in un 'vuoto incondizionato'? O forse è più verosimile, si chiede H., che le opere d'arte vengano apprezzate e godute nell'adempimento di esigenze particolari, legate a ideologie specifiche, presenti in ogni epoca? (ibidem).

*“Che cosa può mai significare l'arte per colui che non è coinvolto nella vita attiva tanto profondamente, tanto appassionatamente quanto l'artista stesso e non la giudica dal punto di vista della vita?”* (ibidem, 42). È un po' come dire che l'ideologia ci aiuta a caratterizzare l'opera e arricchire l'interpretazione che ne diamo.

In questa visione l'ideologia non è solo errore o falsificazione ma anche espressione del desiderio di una aspirazione di un gruppo.



**Heinrich Wölfflin** nasce in svizzera nel 1864, si forma presso la scuola di Basilea, si dottora nel 1886 con una tesi sulla psicologia dell'architettura, e inizia fin da giovane a nutrire un particolare interesse per il Rinascimento e il Barocco, che poi porterà avanti nel corso della sua lunga carriera. Nel 1893 succede a Burckhardt nella cattedra di storia dell'arte all'Università di Basilea. Le opere scritte sono molteplici, ricordiamo in questa sede *Renaissance und Barock* (1888) e *Die Kunst A. Dürers* (1905).

Rappresentante della corrente della pura visibilità, propose in *Concetti fondamentali della Storia dell'arte* (1915), un sistema critico per lo studio e l'analisi della storia dell'arte "senza nomi". Tale sistema è volto a schematizzare l'evoluzione degli stili in modo abbastanza semplice, attraverso l'individuazione di coppie polari: lineare - pittorico; rappresentazione in primo piano - rappresentazione in profondità; forma chiusa - forma aperta; molteplicità - unità; chiarezza assoluta - chiarezza relativa. Sulla formazione di W. agiscono da una parte la diretta educazione burckhardtiana alla storia della cultura, dall'altra le recenti formulazioni teoriche della pura visibilità di C. Fiedler e le applicazioni storico-critiche di A. Von Hildebrand. Il pregio di tale semplificazione sta nel larghissimo impiego che si può fare dell'applicazione di tale metodo ai diversi ambienti artistici, e ciò spiega perché in qualche caso ancor oggi sia usato. Il limite di tale teorizzazione, se vogliamo, è proprio da individuarsi nella sua eccessiva categorizzazione da cui, peraltro lo stesso Wölfflin metteva in guardia.

### ***1.3 SEMIOTICA ED ESTETICA***

Il **pragmatismo** è un movimento filosofico che si sviluppa negli Stati Uniti verso la fine dell'Ottocento e si diffonde più tardi anche in Europa. Non è facile definire il pragmatismo, poiché il movimento non è in se stesso unitario e presenta al suo interno molteplici indirizzi alternativi. In generale, tuttavia, i filosofi che prendono parte al movimento credono che il pensiero non sia un attore meramente contemplativo, che possa condurre a verità prestabilite, ma stimano che il pensiero, appunto, sia un processo di intervento attivo sulla realtà. Morris, a cui si fa risalire il termine, si preoccupa di distinguere tre indirizzi di ricerca:

- 1) sintassi, studio delle relazioni di un segno con l'altro;
- 2) semantica, studio delle relazioni dei segni con gli oggetti;
- 3) pragmatica, studio delle relazioni dei segni con gli interpretanti.

In questa prospettiva generale, si inserisce anche la riflessione di Charles Sanders Peirce, sulla teoria del significato, che identifica l'accezione con le conseguenze pratiche, derivanti dall'accettazione dell'espressione medesima.

Annoveriamo tra gli altri sostenitori del pragmatismo anche William James e John Dewey, che identificano in una *teoria della verità*, l'utilità pratica con la verità stessa.

**Charles Morris** è considerato l'inventore della semiologia o semiotica, la disciplina che studia la natura dei segni, ed è noto per il suo sforzo di coniugare al pragmatismo americano le idee del 'Circolo Viennese'. Nato a Denver nel 1901, si forma all'interno della Scuola di Chicago, che vanta tra i propri membri pensatori del calibro di John Dewey. Nel 1931 inizia ad insegnare a Chicago, ma ben presto viene incaricato dalla Università di Harvard di svolgere libera docenza.

Oltre che essere riconosciuto come padre della semiotica, è anche universalmente accettato come 'padre dell'estetica semiotica'; si interessa di problemi genetici inerenti l'estetica a cui dedica numerosi scritti, tra cui il noto *Signification and Significance* (1964). In questo testo evidenzia sin dal sottotitolo, *A study of the relation and values*, l'intento di indagare segni e valori. Dal valore passa poi ad esaminare il valore estetico e a comporre i suoi studi sull'arte, nella fattispecie, ricordiamo l'impegno di Rossi – Landi che cura la monografia italiana sull'autore, raccogliendolo i suoi scritti più importanti in *Semiotica e ideologia* (1972). È proprio Rossi – Landi a riconoscere a Morris il merito di aver proposto un approccio semiotico all'arte e di "aver caratterizzato l'oggetto artistico [...] in segni iconici. È probabilmente da *Aesthetic and Theory of Signs* (1939) che si può datare l'inizio di una vera e propria semiotica estetica" (Rossi – Landi, 1972, 9).

Sempre Rossi-Landi lamenta però il frequente fraintendimento della teorie morrisiane. Le critiche maggiori mosse a M., provengono da una distinzione a proposito del messaggio artistico fra segni iconici e non-iconici: i primi hanno delle proprietà in comune con ciò che significano e i secondi no. Sono segni iconici le fotografie o le raffigurazioni, gli oggetti artistici, ma non lo sono le cifre che indicano quantità. Questa posizione attira tali e tante critiche a M, che deve rivederla, soprattutto per ciò che concerne il rapporto tra l'icona e l'oggetto, che avrebbero dovuto avere, nella visione morri-

siana, delle proprietà in comune. Quando poi M. insiste sul fatto che l'opera d'arte sia costituita di segni iconici, viene frainteso e criticato. Ma occorre ricordare che lo stesso M. nega che l'opera d'arte sia un composto di segni e nega pure che l'opera si riferisca a qualcosa se non dei valori. In *Science, Art and Technology* (1939) M. distingue tra discorso estetico e discorso dell'estetica: il primo riguarderebbe il discorso che l'opera d'arte stessa è in grado di intrattenere e instaurare; e il secondo che concerne l'analisi estetica, ossia un discorso scientifico, un discorso che porrebbe in evidenza la relazione tra i segni e gli oggetti denotati. Secondo la visione di M. la semantica concerne la relazione tra oggetti e segni; la sintassi le relazioni fra i segni; e infine la pragmatica il rapporto tra i segni e il pubblico. In buona sostanza il discorso estetico coinciderebbe con il modo di comunicare dell'opera d'arte.

Riguardo, poi, la relazione tra l'emozione e l'oggetto d'arte, pur non accettando un'impostazione totalmente emozionale dell'arte, riconosce che il sentimento possa aiutare a comprendere l'opera artistica, in quanto atto intuitivo - percettivo. La salvaguardia dell'aspetto intuitivo dell'arte, trovava peraltro riscontro anche in altri filosofi pragmatici, tra cui lo stesso John Dewey, il quale sostiene che *“l'arte [sia] un tipo di linguaggio più universale di quanto non lo [sia] la lingua parlata [...] il linguaggio dell'arte deve essere acquisito [...] ma non è affatto dagli accidenti della storia che si differenziano i diversi generi dell'umano parlare”* (Dewey, 1934, 344).

La semiotica morrisiana ha avuto nel corso dei decenni molti seguaci sia negli Stati Uniti che in Europa, ed è stata da spunto per l'approfondimento sulle riflessioni riguardanti i termini di 'iconicità', 'significanza', 'significato'.

**Roman Jakobson** è stato uno dei massimi rappresentanti negli anni trenta del Novecento dello strutturalismo. Nasce a San Pietroburgo, ancora giovanissimo entra a far parte del “Circolo linguistico di Mosca” e entra in contatto con le Avanguardie Russe. Viene a conoscenza dello strutturalismo di De Saussure e, affascinato dal linguaggio, inizia ad elaborare i primi concetti linguistici. Fonda assieme a Mathesius il ‘Circolo di Praga’ intorno agli anni '20 dove conosce anche Mukařovsky. Con le persecuzioni naziste ripara verso la Scandinavia, dove insegnerà in prestigiose Università, come quella di Oslo, per approdare a Harvard nel 1949.

Propone un teoria del linguaggio, in cui il messaggio estetico ha le sue peculiari specificità. Le sei funzioni individuate da J. sono:

- 1) referenziale: ossia univoco e assertivo (es. la primavera del Botticelli propone molte specie di fiori antichi);
- 2) fàtica o di contatto: si mira a stabilire una comunicazione (es. i saluti, lo scambio di informazioni sul tempo);
- 3) conativa o imperativa: si ordina qualcosa, mirando a suscitare un preciso comportamento (es. la maestra agli allievi: “prendete i pennarelli e colorate di fucsia la stanza di Van Gogh”);
- 4) metalinguistica: si adopera il linguaggio per parlare del linguaggio (es. nello spiegare una poesia, nel fornire una spiegazione dell’incipit dell’Inferno di Dante);
- 5) emotiva: si mira a suscitare un’emozione (es. con le esclamazioni verbali di gioia o di rabbia)
- 6) poetica o estetica: si mira a concentrare l’attenzione sul modo in cui sono prodotte le espressioni (es. le figure retoriche in poesia)

La struttura del linguaggio, così declinabile, in realtà è assai mobile, poiché in un atto comunicativo si possono individuare molte di queste funzioni di cui sopra.

Le critiche che sono state avanzate a J., riguardano la limitazione della funzione referenziale, che non si presenta in effetti mai da sola; oppure la funzione fàtica che non è particolarmente importante e che spesso si sovrappone a quella emotiva.

La funzione estetica, che più interessa i nostri studi, occupa nella teorizzazione di J, un posto rilevante; anche perché nella visione di J. la poetica è un settore della linguistica dotato di alcune ‘strane’ caratteristiche. Da un lato è in grado di valutare l’artisticità del testo; e dall’altro supera i limiti della linguistica. Le peculiarità di un testo linguistico si trovano anche in un testo di altro tipo come un quadro. Quindi la poetica rimane trasversale: si può occupare di Masuccio Salernitano, come pure dell’*Improvvisazione IV* di Kandinsky. Seppur l’attenzione più alta è rivolta da J., alla poesia, in quanto artefatto estetico, ci rimangono alcuni scritti riguardanti le comunicazioni visive (Jacobson, 1963). Qui J. parte da una considerazione critica della storia dell’arte, che si è costruita come una congerie di fatti a catena senza scientificità. Testimonianza di ciò sarebbe l’uso di una moltitudine di termini impiegati in modo surrettizio, come ad es. “ideali-

smo” interpretato ora come corrente filosofica, ora come disinteresse per i fatti materiali; o “forma” inteso ora in senso grammaticale, ora in opposizione a contenuto.

In generale J. ricava l’idea che l’arte sia analizzabile come fenomeno semiotico al pari del linguaggio, “l’arte è sfuggita a lungo all’analisi semiotica. Pure non vi è dubbio che tutte le arti siano essenzialmente temporali come la musica e la poesia o di natura meramente spaziale come la pittura e la scultura, o ancora sincretiche e spaziotemporali come gli spettacoli teatrali, il circo o il cinema: si riferiscono tutte al segno (J., 1978). Parlare di ‘grammatica’ di un’arte non è far uso di una metafora oziosa: il fatto è che tutte le arti implicano un’organizzazione di categorie polari e significanti in base a un’opposizione di termini marcati e non marcati. Tutte le arti sono legate a un sistema di convenzioni artistiche. Alcune sono generali: per esempio lo è il numero di coordinate che serve da base alle arti plastiche e crea una distinzione gravida di conseguenze fra quadro e statua. Altre convenzioni, influenti e magari anche obbligatorie per l’artista e per i destinatari immediati della sua opera, sono imposte dallo stile del paese e dell’epoca. L’originalità dell’opera si trova limitata dal codice artistico dominante nell’epoca data e nella società data. La rivolta dell’artista non meno della sua fedeltà verso certe regole è concepita dai contemporanei in funzione del codice che l’innovatore vuole infrangere (J. 1978, 55).

**Jan Mukařovsky** appartiene al Circolo Linguistico di Praga, la sua originalità sta nel non aver applicato rigidamente né i principi del formalismo, né quelli dello strutturalismo, ma di aver piuttosto coniugato gli stessi a una teoria sociale dell’arte, che si distingue sia per aver messo da parte l’idea che la produzione artistica fosse unicamente dipendente dalla condizione mentale dell’artista, sia che quest’ultima fosse derivazione diretta dei rapporti tra l’economia e la collettività. L’opera d’arte per M. è un segno; risponde a requisiti accettati in una società e necessari al suo scambio, che è regolato da rapporti formali e strutturali, come la funzione, la struttura, la serie e il valore. I meriti di M., non sono stati spesso riconosciuti, forse in parte perché lo strutturalismo è stato a lungo considerato un’appendice del formalismo; e poi perché probabilmente l’ideologia marxista svaluta le idee dello strutturalismo (Calabrese, 1989). L’opera principale di M. è il *Significato dell’estetica* (1973), qui sostiene che l’opera derivi dalla ‘coscienza collettiva’ e non dallo stato d’animo dell’autore, perché l’opera è comunicabile all’interno

di una società ed è prodotto dell'immaginario collettivo. La sua funzione si riscontra nel ruolo di 'mediatore' far l'autore e la collettività. L'opera d'arte porta con sé quattro funzioni: tre pratiche (rappresentativa, espressiva e appellativa) e una estetica. Le prime tre sono dominanti e garantiscono l'assetto comunicativo, la funzione estetica invece è polifunzionale e trasparente e fa sì che l'opera agisca in senso sociale. Ma in cosa consiste questa azione in senso sociale? M. spiega che il rapporto con il sociale, ossia con la realtà è fondato sulla 'somiglianza'. La somiglianza presuppone due rapporti: uno di tipo materiale (ossia l'opera d'arte è costruita con il materiale di cui è fatto l'oggetto naturale, es. l'orinatoio di Duchamp); e l'altro consta di una similitudine tra la realtà e l'oggetto rappresentato (veduta di Piazza San Marco, del Canaletto).

Figura 12: *Fountain*, Marcel Duchamp (1917), <http://www.google.it/imgres?imgurl=http://www.ricci-art.net>



Figura 13: *La Piazzetta*, Giovanni Antonio Canal, detto Canaletto, 1735, [http://www.settemuse.it/pittori\\_scultori\\_italiani/canaletto](http://www.settemuse.it/pittori_scultori_italiani/canaletto)



*“L’opera d’arte [...] esiste indipendentemente da sentimenti variabili. Essa si rivolge al fruitore non con un invito ad allacciare un rapporto [...] sentimentale ma a comprenderla [...] Viene creata per il pubblico e necessariamente l’artista desidera che l’opera provveda a un dialogo fra lui e il pubblico; è stata creata con l’esigenza che tutti la comprendano ugualmente [...] l’opera d’arte non per mezzo del tema ma appunto del suo significato artistico, indefinibile a parole, esercita un influsso sul modo in cui il fruitore [...] guarderà in futuro la realtà e agirà nei suoi confronti”* (M., 1973, 358 ss). Si apre qui la problematica dell’opera come segno e della sua capacità di agire sul fruitore. L’opera, da M., è considerata nella sua intenzionalità, ossia il fruitore per capire l’opera d’arte dove porsi di fronte a essa come si pone di fronte a un segno, dunque come se fosse intenzionale. M. distingue poi tra la valutazione estetica, che è stabile in quanto il valore estetico è insito nell’opera medesima; e la valutazione artistica che dipende da fatti extratestuali e che è sensibile alle ‘mode’(ibidem, 360). L’arte e l’estetica in M. sono processi differenti, sebbene non possa esistere una valutazione estetica che non presupponga una valutazione artistica.

#### **1.4 TEORIE DELLA COMUNICAZIONE**

Facendo riferimento alle teorie della comunicazione un tributo minimo va dato allo sforzo di Shannon e Weaver (1949) che già nel 1949 individuarono un modello detto ‘lineare’, che diverrà caposaldo delle teorie comunicative e verrà ripreso e criticato negli anni Novanta da Adler e Towne . Cerchiamo brevemente di riportare graficamente il sunto di tali teorizzazioni, dalle quali prenderanno le mosse molti altri modelli, come quello ‘dialogico’ di Galimberti (1992, pag. 57) o quello interattivo.

Figura 14: Modello di comunicazione lineare, adattato da Zani B., Selleri P., David D., *La comunicazione. Modelli teorici e contesti sociali*, 2000, Carocci, Roma.

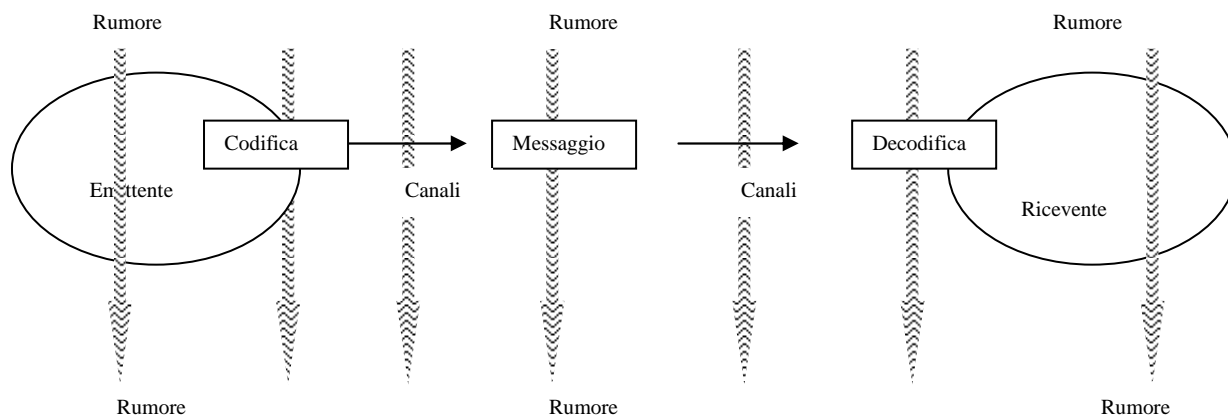
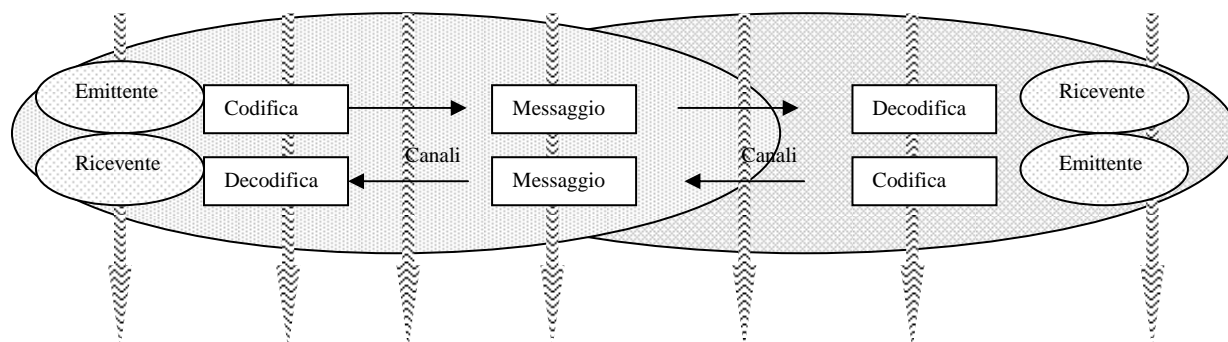


Figura 15: Modello di comunicazione interattiva, adattato da Zani B., Selleri P., David D., *La comunicazione. Modelli teorici e contesti sociali*, 2000, Carocci, Roma.



Non è questa la sede per ripercorrere in toto le teorie della comunicazione, seppur ad alcune di esse faremo riferimento nel corso della nostra riflessione, poiché si renderanno necessarie all'esplicitazione dei complessi rapporti che l'opera d'arte intrattiene con il pubblico.

Tentativo di frontiera di categorizzare le teorie riguardanti la comunicazione museale dell'oggetto d'arte, basandosi su studi afferenti alla scienza della comunicazione e alla sociologia, offerta dalla sociologa **Eilean Hooper-Greenhill** (2003). Il tentativo è quello di analizzare il museo come un 'comunicatore' che trasmette in due modi ben distinti: mediante un processo di trasmissione e come realtà culturale. Si nota immediatamente un limite nella teorizzazione di E. Hooper-Greenhill nel voler restringere a due sole pos-

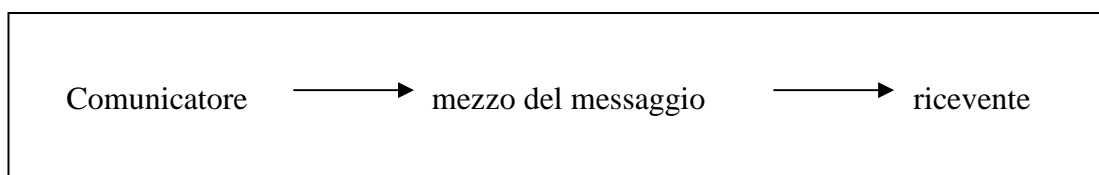


sibilità comunicative il vasto panorama delle opzioni comunicative che ha a disposizione un museo. Il modello trasmissivo poggia su una visione comportamentista dell'insegnamento mentre il modello culturale si fonda su un'interpretazione costruttivista dell'apprendimento.

*“I musei sono creature dell'illuminismo, istituzioni nate nel periodo da noi ora caratterizzato come ‘era Moderna’, quando ragione e razionalità erano invocate per estirpare la superstizione e le conoscenze soggettive delle epoche precedenti [...] i musei si consideravano del tutto estranei alla volgarità del quotidiano, e offrivano al pubblico opportunità di edificazione personale, di ispirazione e di celebrazione civica”* (idib., 7). Non è forse questo il modello imperante nell'immaginario collettivo? Il museo della modernità vorrebbe illuminare, educare e istruire attraverso la comunicazione di contenuti, afferenti a discipline legate generalmente alle scienze umane come la storia, l'arte, la letteratura, la geografia, l'archeologia, l'etnologia.

L'obiettivo del museo in questa visione è dunque quello di trasferire delle informazioni di natura perlopiù storico-artistica, prevedendo da un lato, secondo la versione di E.Hooper-Greenhill, da un lato una fonte autorevole e dall'altro una fonte disinformata, questo modello presuppone che la conoscenza sia un processo oggettivo, univoco e neutrale, mentre sappiamo come tale approccio sia stato messo in discussione dalle discipline sociali e in particolar modo da Jacobson, il quale ha messo in luce l'importanza del contesto entro cui i messaggi vengono creati e rilasciati, e da Skinner, il quale punta l'accento della questione sui processi di codifica e decodifica, che non sono affatto scontati, poiché l'interpretazione del messaggio ha valenza sociale prima che comunicativa.

Figura 16: Modello di comunicazione semplice



Insomma questo tipo di approccio ignora la natura sociale e culturale mentre prende in considerazione la comunicazione da un punto di vista tecnico, perciò ignora la complessità dell'atto del comunicare. La traiettoria è univoca e prevede un comunicatore

portatore di verità, quale regista della comunicazione. Questa nozione si fonda su una visione comportamentista dell'educazione comunicativa (McQuail D., Windahl S., 1993, 58-61). In effetti il behaviorismo prevede che l'apprendimento abbia luogo attraverso una reazione a uno stimolo. Secondo questa visione la scuola è qualcosa di altro dal mondo, separato da esso e il bagaglio di conoscenze che un individuo porta con se, non è fattore rilevante nella comunicazione delle informazioni. Ritornando sui nostri passi potremmo dire che tale modello presuppone che il comunicatore del museo (curatore della mostra, direttore museale ecc...) definisca il contenuto del messaggio e che quest'ultimo venga recepito senza alcuna modifica dal ricevente, come dire che il ricevente sia sempre passivo, in tal senso gli individui vengono considerati entità a se stanti, atomistiche e passive a qualsiasi stimolo esterno. Il pubblico, poi secondo tale teoria non viene delineato aprioristicamente ed è sempre uguale a se stesso, denominato sotto l'etichetta 'grande pubblico' liquidato frettolosamente nel sinonimo di 'massa'.

Figura 17: Modello di comunicazione trasmissiva applicato all'ambito museale

<b>Comunicatore</b> <b>Curatore/Direttore</b>	<b>Mezzo del messaggio</b> <b>(designer)</b>	<b>Ricevente</b>
Decide il tema, sceglie e studia gli oggetti, scrive i testi scientifici	Sviluppa un allestimento visivamente attraente	Introietta passivamente i contenuti in mostra

Il 'museo modernista' considera la comunicazione da un punto di vista puramente tecnico: quali dipinti da esporre, in quale ordine, con quali supporti, mentre gli aspetti sociali e culturali vengono relegati ai margini della problematica comprensiva soggettiva. Il curatore in questa visione detiene il controllo della comunicazione

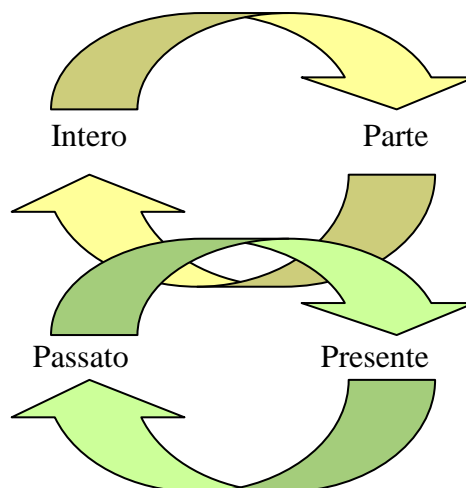
Con l'avvento dell'era postmoderna e postcoloniale si sono riviste tutte queste teorie ed è stata messa in discussione la validità della stessa: ciò ha comportato una radicale ridefinizione del ruolo delle organizzazioni in generale e dei musei in quanto organizzazioni sociali. Hanno predominato allora due modelli fondamentali quello 'narrativo' e quello 'interpretativo e costruttivo del significato'.

Procediamo per passi: la teoria narrativa parte da una prospettiva epistemologica della storia dell'arte, la quale vorrebbe rendere visibile le narrative storico artistiche nelle sale del museo e la voce del curatore diviene l'unica da ascoltare. Oggi questa voce è

messa in discussione dall'esterno dalla pluralità di voci che tramite i nuovi mezzi di comunicazione (blog, internet, chat...) prendono parte ai dibattiti pubblici anche mediante nuove forme di socialità come i social network. I musei e le loro collezioni possono rappresentare valori sociali e sono in grado di enfatizzarli o minimizzarli, mediante appunto le esposizioni, pensiamo all'incremento e alla nascita di numerosi musei etnografici<sup>13</sup>.

Il secondo approccio è quello culturale, che assume come centrale la modalità di costruzione del significato, e quindi la voce del visitatore del museo.

Figura 18: Il processo di interpretazione: i circoli ermeneutici di Hans Georg Gadamer



## 1.5 TENDENZE ATTUALI

Siamo giunti al punto di considerare lo scenario attuale, che è caratterizzato da una maggiore cautela sul piano delle teorie generali e dalla ricerca di nuovi strumenti di indagine. Vorrei ribadire in questa sede che la rassegna teorica sin qui compiuta non ha carattere enciclopedico, ma vuole solo portare la riflessione su alcune delle tendenze, passate e presenti, maggiormente in auge.

È possibile individuare in Italia alcune figure di spicco che hanno influenzato gli studi semiotici ed estetici, nonché quelli di critica e storia dell'arte a partire dagli anni '60. La prima figura di spicco è quella di **Gillo Dorfles**, critico d'arte e artista al contempo,

---

<sup>13</sup> Vedi es. [www.museietnoantropologici.it](http://www.museietnoantropologici.it), il portale dei musei etnoantropologici in Italia offre un quadro del recentissimo interesse verso gli usi e costumi della collettività, privilegiando l'approccio narrativo alla costruzione dei significati del museo.

professore di estetica all'Università di Trieste e Milano, fondatore dell'arte concreta (insieme a Soldati e Munari); ha ricevuto innumerevoli onorificenze, molto ricca anche la produzione editoriale, ricordiamo: *Discorso tecnico delle arti* (1952); *Nuovi riti, nuovi miti* (1965); *Le oscillazioni del gusto* (2004) e *Irritazioni. Un'analisi del costume contemporaneo* (2010). E' autore di biografie su Bosch, Dürer e altri.

Il MAC (Movimento d'Arte Concreta), di cui si fa sostenitore infervorato è un movimento d'avanguardia che reagisce sia al cubismo che al post cubismo, a cui aderiscono tra gli altri anche Luigi Veronesi, Regina Cassolo Bracchi e Lucio Fontana. Obiettivo del MAC è il perseguimento della libertà creativa, senza condizionamento da qualunque tipo di spinta esterna o strumentalizzazione politica; la ricerca sul mondo industriale rende poi, questi artisti, attenti innovatori nell'uso di tecniche e materiali; ultima ma non meno importante finalità è la spinta al rinnovamento del gusto estetico alla luce della interdisciplinarietà, fondendo pittura a design, scultura e grafica.

Figura 19: *Variazione su due cerchi*, olio e tempera su cartone, Gillo Dorfles, (1950), coll. priv. [http://www.artelabonline.com/articoli/view\\_article.php?id=5015](http://www.artelabonline.com/articoli/view_article.php?id=5015)



Con il *Discorso tecnico sulle arti* (1951) D. tenta per la prima volta nel panorama della critica italiana di 'importare' dall'estero le tendenze estetiche americane e tedesche. Con *Le oscillazioni del gusto* (1970), rieditata con qualche sostanziale revisione nel 2004, poiché la tematica del gusto è molto attuale, tenta di analizzare le problematiche legate alla fruizione artistica, al cambiamento dei gusti nei secoli, alla comunicazione artistica, alla percezione spontanea e specializzata e infine affronta lo spinoso problema della perdita dell'universalità dell'arte e del ruolo dei mezzi di comunicazione di massa.

*“Non abbiamo mai assistito, credo, come ai nostri giorni, a uno scindersi dell’arte [...] a seconda di raggruppamenti culturali, piuttosto che sociali, economici, politici [...] è opportuno, quindi, fare una precisazione circa le varie stratificazioni del gusto [...] molto di quello che oggi si considera ‘arte’ è destinato esclusivamente a un’ élite intellettuale, mentre quello che va in mano all’uomo della strada dell’arte non ha che l’apparenza esterna, la mascheratura” (D, 2004, 9-10).*

D. parte da queste precise premesse, di poca speranza nei confronti del largo pubblico per spiegare come e perché si è verificata questa dicotomia tra ‘arte’ e popolo. Una delle prime risposte è da rintracciarsi proprio nel cambiamento dei gusti e degli atteggiamenti; “non si deve assolutamente ammettere un unico modo di fruizione (dell’opera d’arte), equivalente a un suo valore immutabile ed eterno, ma piuttosto diversi modi di fruizione e di interpretazione corrispondenti alle diverse personalità” (ibidem, 15).

Oggi, spiega bene, D. assistiamo, come mai prima nella storia, a continue rivoluzioni di ciò che si considera ‘arte’, e perciò diviene difficile se non impossibile offrire giudizi univoci; tanto più che nel corso dei secoli pedagogisti e psicologi si sono affannati nel dare molteplici spiegazioni sul divergere dei gusti, e sugli aspetti salienti della percezione, ma senza far poi chiarezza sullo stato ‘vero’ delle cose. Se il carattere classista dell’educazione potesse venir sconfitto e venisse a cadere il muro di impenetrabilità costituito dalla mancanza di ‘cultura’ di molte categorie sociali, sarebbe molto più facile giungere a una universalità del gusto e a una comprensione più immediata dell’arte contemporanea (D., 2004). Certo è che la dicotomia che attraversa trasversalmente la storia della produzione artistica tra gusto e percezione, con relative letterature scientifiche, non aiuta a indagare approfonditamente gli esiti ai quali è pervenuta l’arte contemporanea e la sua fruizione. Dobbiamo tener poi conto delle molteplici forme creative come il fumetto, la grafica, il cinema... Qual è ‘arte’ e quale no? “C’è un fatto sostanziale di cui occorre tener conto [...] oggi (assistiamo) al verificarsi di indirizzi artistici così lontani e contrastanti tra loro, entro una stessa epoca, da rendere estremamente difficile un giusto orientamento” (ibidem, 23).

Un altro quesito che deve essere risolto per permettere una lettura dell’opera d’arte tanto più vicina agli intenti dell’artista, è quello riguardante i cambiamenti delle nostre facoltà percettive. La nostra inadeguatezza linguistica in primis e di codifica simbolica poi non ci permettono di comprendere naturalmente e spontaneamente opere del passa-

to, come a es. le sculture medievali che affollano le facciate delle chiese, che i più credono essere d'ornamento. Ciò che per l'uomo del Trecento semianalfabeta o analfabeta del tutto era immediato, a noi risulta difficile. Questi e molti altri esempi analoghi mostrano che le esperienze che proviamo sono sempre subordinate a una percezione spontanea e a una percezione specializzata.<sup>14</sup>

D. sposa poi la tesi, assai criticata, di S. Langer sulla 'supercomunicazione' a cui si fa cenno in *Feeling and Form* (1953), con la quale si intende quella particolare qualità comunicativa extralinguistica che permette un genere di conoscenza diverso da quella scientifica e logica, che è proprio dell'arte che si avvale di simboli. Ricordiamo che "ancora una volta è stato Cassirer tra i primi della nostra epoca, a considerare l'arte intimamente legata al mito e dopo di lui Morris, che ha riconosciuto nell'arte un particolare carattere di iconicità, che possiede un 'valore', un '*denotatum*' a sé stante, che la rende materia unica nel suo genere, capace di trasmettere conoscenza attraverso, potremmo dire 'vie sensibili' (D., 2004).

Per D. il mondo dell'arte e del gusto è in continua trasformazione e l'interpretazione risulta sempre più complicata e meno legata a logiche normative, ma sempre più impressa da logiche industriali e di studio dei materiali a disposizione dell'artista, pensiamo ai materiali derivati dal petrolio: alla plastica o a materiali resi estraibili dai nuovi processi industriali come il kapok. L'arte, il linguaggio e la critica non possono non risentire delle conquiste della tecnica ed è necessaria una revisione, secondo D., delle posizioni estetiche.

**Renato Barilli** critico e storico dell'arte, nasce a Bologna nel 1935. Insegna estetica all'Università di Bologna e prende parte al movimento delle neoavanguardie con il 'Gruppo 63' (1963), del quale fanno parte anche Furio Colombo, Umberto Eco, Enrico Filippini, Elio Pagliarani, Antonio Porta, Edoardo Sanguineti.

Si interessa particolarmente di esperienze d'avanguardia: dalla pop art sino alla più estrema body art; indaga inoltre il rapporto tra l'arte e la tecnologia, un po' come Dorflès, concentrandosi particolarmente sul computer come mezzo espressivo. Ha curato negli ultimi anni molte mostre specie a Milano e Bologna. Azzarda un interessante pa-

---

<sup>14</sup> Per 'percezione specializzata' D. intende tutte quelle capacità che mano a mano si affinano con l'addestramento a vedere e a sentire... Vedi *Le oscillazioni del gusto* (pag.55-58).

ragone tra i pixel, che costruiscono le immagini su supporti di ultima generazione e i mosaici ravennati, tra la stagione divisionista e il pointillisme. Costruisce una similitudine genetica sulla materia da un lato e sulla tecnica dall'altro: in tutti questi casi riconosce la notorietà del procedimento.

In effetti il "mosaico elettronico", di cui parla (B., 2005) recupera alcune delle proprietà note al procedimento musivo: la tendenza a ridurre la profondità; e la propensione a comporre in superficie, evidenziando i soprattutto contorni e superfici. Si tratta di un processo di stilizzazione astrattiva e decorativa che è proprio della grafica, ottenuto grazie all'ausilio dei PC. Tra le numerosissime pubblicazioni ricordiamo *Culturologia*<sup>15</sup> e *fenomenologia degli stili* (1982) e *Storia dell'arte contemporanea in Italia* (2007).

B. fonda la sua logica estetica su una opposizione di modelli:

a) modello della presenza, che è riconducibile alle filosofie fenomenologiche e pragmatiche. Gli autori a cui rimanda sono Marshall McLuhan e Herbert Marcuse, l'uno noto per le sue riflessioni sulla comunicazione nell'epoca della globalizzazione e l'altro indirizzato a ritenere che l'elettronica migliorerà le condizioni di vita di ogni individuo, poiché rimarrà più tempo per attività 'creative'. L'happening, l'arte povera, il concettuale sono tutti movimenti che rifiutano la linearità e il bimensionalismo della tela, per preferire il coinvolgimento del fruitore.

b) modello dell'assenza, ispirato maggiormente a una carattere analitico, razionale, fiducioso nel procedere deduttivo. Qui si pone l'accento sulla logica, sulla riflessione, un esempio possono essere i testi delle avanguardie letterarie, come quelli di Calvino o le autocitazioni di De Chirico o ancora le riflessioni sulla propria produzione artistica da parte di Liechtenstein.

In particolare, almeno per ciò che concerne gli studi semiotici l'attenzione è rivolta al testo, ove per "testo si intende un enunciato linguistico compiuto" (Dressler, 1972), accezione ormai largamente accettata, che lo stesso **Umberto Eco** definisce "*una (specie) di macchina semantico - pragmatica che chiede di essere attualizzata in un processo interpretativo, le cui regole di generazione coincidono con le regole di interpretazione*" (Eco, 1979). In questo senso i testi romanziati, i messaggi pubblicitari, le fotografie ma

---

<sup>15</sup> La caratteristica fondamentale della teoria culturologica è studiare la cultura di massa, individuando gli aspetti antropologici più rilevanti e indagando il rapporto che il consumatore intrattiene con l'oggetto del suo consumo. Cfr. Edgar Morin, *L'esprit du Temps*, Grasset, Paris, 1962.

anche le opere d'arte altro non sono che *testi*. Tale posizione, ovviamente risulta di grande vantaggio per la semiotica dell'arte, perché: in primo luogo consente di sospendere la questione se l'arte sia o meno un sistema a se stante; in secondo luogo perché si recupera il senso di storicità dei codici, perché un testo è e rimane pur sempre un testo nella storia; poi perché la nozione stessa di testo permette di abbandonare la ricerca di specifici, dal momento che ogni testo non è interpretabile a se stante ma come entità che continua a richiamare altri testi.<sup>16</sup>

Occorre, però ricordare in questa sede che l'analisi dell'arte, da parte della semiotica, è assai recente e che molte prospettive sono ancora da indagare, pertanto, i vantaggi sopra delineati sono solo da intendersi come provvisori e quali spunti di riflessione. Proprio riguardo all'arte, occorre ancora dire che non vi sono teorie dedicate, ma solo applicazioni derivate da teorie del testo letterario (Greimas, Eco, Segre e al.).

Eco è il primo a dare un taglio originale al concetto di 'poetica', mettendo a confronto scuola cibernetica e formalismo russo, è il primo a discutere le posizioni peirceiane insieme a quelle linguistico – strutturaliste. Sin da *Opera Aperta* (1962) definisce l'opera come messaggio ambiguo e autoriflessivo. Se pensiamo in particolar modo alle avanguardie, comprendiamo immediatamente le sue posizioni, in effetti nel linguaggio delle poetiche avanguardiste l'ambiguità è un attributo primario. Poiché gli artisti del Novecento si muovono entro i confini dell'apertura creativo esplorativa, occorre, sostiene E., definire il rapporto tra tali aperture e la forma, ossia entro quali regole un'opera possa soddisfare il criterio, tanto ricercato, della massima ambiguità. Il modello dell'opera aperta è un'astrazione, indica una possibile via per interpretare il problema della comunicazione artistica. *Opera aperta* assume la possibilità di individuare e sfruttare elementi dello strutturalismo, del formalismo e della linguistica in generale, così come della teoria dell'informazione e inaugura la rassegna degli studi sui segni, come elementi dell'opera d'arte, da rintracciarsi e interpretarsi.

Riprendiamo da Calabrese (1989) la puntualizzazione sui "modi di produzione segnica" sotto la cui titolazione raggruppiamo per comodità analisi e proposte teoriche concernenti le arti che muovono o da teorie semiotiche generali o da teorie narrative.<sup>17</sup> Eco nel suo *Trattato* (1975) abbandona l'idea di una 'tipologia dei segni', per intrapren-

---

<sup>16</sup> Cfr. Calabrese, *Il Linguaggio dell'arte*, pag.154 .

<sup>17</sup> Cfr. Eco, *Trattato di semiotica generale*, 1975; *Lector in Fabula*, 1979.



dere la strada dell'attenzione verso la *funzione segnica* fra il piano dell'espressione e quello dei contenuti. Approfondisce il concetto di 'originalità' facendo diventare l'invenzione una possibilità della semiotica. Il meccanismo dell'invenzione nella teoria semiotica dell'arte diventa codice, ossia un modo di produzione vera e propria.

Insiste qui sul fatto che produrre segni sia un lavoro piuttosto faticoso e complesso; infatti esso richiede l'**emissione dei segnali** (es. il suono della parola 'cane' non equivale al disegno del cane); esiste un lavoro di **selezione** del repertorio dei segnali, stabiliti dal codice; c'è inoltre un lavoro di tipo combinatorio, di **aggregazione** di unità di livelli superiori. Nella fattispecie distingue undici categorie:

1. lavoro di produzione fisica dei segnali;
2. lavoro di articolazione di unità espressive, ossia organizzazione in un'unità o invenzione di nuovi elementi;
3. istituzione di un codice, cioè correlazione di elementi dell'espressione e del contenuto;
4. produzione concreta quotidiana, ossia di messaggi;
5. intervento sui codici, cioè tenere i codici aggiornati per favorire eventuali cambiamenti degli stessi;
6. retorico, ossia comprendere la contraddittorietà dei codici;
7. interpretazione, cioè comprendere il codice mediante inferenze;
8. articolazione e interpretazione di enunciati il cui contenuto sia da verificare, il lavoro è svolto quotidianamente da emittente e destinatario;
9. controllo referenziale, cioè si verifica che l'espressione si riferisca effettivamente alla cosa in oggetto;
10. interpretazione inferenziale, cioè interpretare un'espressione sulla base delle circostanze;
11. stimolo sul destinatario, ossia lavoro svolto dell'emittente per attirare l'attenzione sul messaggio e su di se, di modo da stimolare un qualche comportamento.

L'atto del riconoscere avviene mediante le *impronte*, che Eco intende quali riconoscimenti di un contenuto da semplici espressioni: es. le *silhouettes* di Schifano, le *sagome* o le semplici fotografie. I *sintomi* sono l'espressione della contiguità dell'artista con la sua opera: esempio i tagli sulla tele di Fontana, intesi come rappresentativi del gesto

del tagliare la tela, o ancora il dripping di Pollock, inteso come memoria del tragico della vita dell'artista.

Per produrre significati occorrono anche le *ostensioni*, che si possono declinare in esempi veri e propri, o campioni o campioni fittizi, sono tutti quegli oggetti che rappresentano una classe, ad esempio il *ready-made* duchampiano, o ancora quello di Oldenburg. Ma il lavoro fisico non è finito in quanto il soggetto che vuol comunicare deve in alcuni casi affidarsi a delle repliche, mediante *vettori*, che altro non sono che configurazioni spazio-temporali le quali riproducono, secondo Eco, rapporti da individuare nel contenuto veicolato. Un esempio chiarificante potrebbe essere rappresentato dal dinamismo futurista, o ancora dall'illusione ottica per la Op Art. Vi sono poi le *stilizzazioni* che sono icononogrammi, come la Marilyn di Andy Warhol, depositati nell'immaginario collettivo. Altre possibilità espressive sono offerte dalle *unità combinatorie* e *pseudo combinatorie*, le prime sono delle repliche legate a un significato condiviso come i segni verbali, ma anche alcuni repertori dell'arte contemporanea; le seconde sono unità espressive nelle quali si produce un repertorio mentre il contenuto è in essere, ossia le produzioni cinevisive di alcuni artisti cibernetici, o ancora parte dell'arte astratta. Per *stimoli programmati* Eco intende quegli artifici espressivi ritenuti 'puro stimolo', ma che l'emittente associa in partenza a risposte conosciute (ricordiamo le performance).

Si può anche verificare che il soggetto inventi, in tal caso ci si può trovare di fronte a *proiezioni*, esempio quelle create con i computer, ossia un punto dell'occorrenza espressiva rinvia a punti di un modello di contenuto (arte prodotta tramite PC). Per calchi si intende un'invenzione in cui alcuni punti salienti dello spazio fisico rinviano a punti reali o virtuali dello spazio di un oggetto (ad es. lo *Spazio Elastico* di G. Colombo).

Per avere invenzione sono necessari due tipi di procedimenti:

1. **procedimento moderato**, che avviene quando si proietta direttamente da una rappresentazione percettiva in un continuum espressivo, realizzando una forma dell'espressione che detta le regole di produzione dell'unità di contenuto equivalente, come nella *Madonna della seggiola* di Raffaello. Dal punto di vista del mittente, una struttura percettiva, come l'opera nella fig. 21, viene considerata un modello semantico codificato (la *Madonna con bambino e San Giovannino*, tipica triade) e le sue impronte percettive vengono trasformate in un continuum informe, basandosi sulle regole della similitudine. Il mittente presuppone regole di correlazione (una

donna con aureola e due bimbi: sarà la Madonna?) anche laddove il contenuto vero e proprio non è stato appreso. Usando il quadro di Raffaello, deve procedere all'indietro e ricostruire il percelto originario, ossia in modo rozzo, il "prototipo". Talvolta capita che il destinatario, rifiuti di collaborare nel processo di interpretazione e comunicazione, allora deve essere aiutato dal mittente e il quadro non può essere pura e semplice invenzione, ma deve offrire delle chiavi: stilizzazioni, unità combinatorie, campioni. E' solo in virtù dell'azione combinata di questi elementi che mediante aggiustamenti si arriva al piano del contenuto- ecco, allora, la Madonna con Bambino e San Giovannino, cara alla iconografia del tempo, sebbene vesta panni desueti, e guardi con aria materna lo spettatore, anziché suo figlio o come comunemente si usava, abbassi dimessamente lo sguardo-. Ci troviamo di fronte a una 'invenzione moderata', che potrebbe equivalere allo sforzo che il destinatario mette in atto per capire l'opera. Il quadro arriva, attraverso questo lungo percorso di aggiustamenti a offrire unità manipolabili che possono servire per un lavoro fisico di interpretazione successivo.

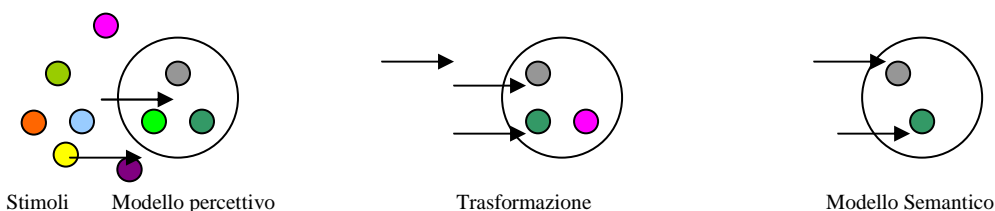
Figura 20: Modello di comunicazione, Eco, *Trattato di Semiotica Generale*, Bompiani, Milano, 1975

Lavoro fisico richiesto per produrre l'espressione		Riconoscimento			Ostensione			Replica				Invenzione		
Rapporto tipo - occorrenza	Ratio Facilis	Impronte			Esempi	Campioni	Campioni fittizi	Vettori	Stilizzazioni			Stimoli programmati	Proiezioni calchi	Trasformazioni
	Ratio Difficilis		Sintomi	Indizi						Unità combinatorie	Pseudo unità combinatorie			
CONTINUUM da FORMARE		Eteromaterico motivato			Omomaterico			Eteromaterico arbitrario						
MODO di ARTICOLAZIONE		Unità grammaticalizzata prestabilite, codificate e ipercodificate con diverse modalità di pertinentizzazione						Testi proposti e ipocodificati						

Figura 21: *Madonna della seggiola*, Raffaello Sanzio, 1513, tavola, Firenze Palazzo Pitti, Galleria Palatina, <http://www.storiadellarte.com/biografie/raffaello/immraffaello/madonnasegg.jpg>



Figura 22: Modello dell'invenzione moderata, Eco, *Trattato di Semiotica Generale*, pag.316-319,

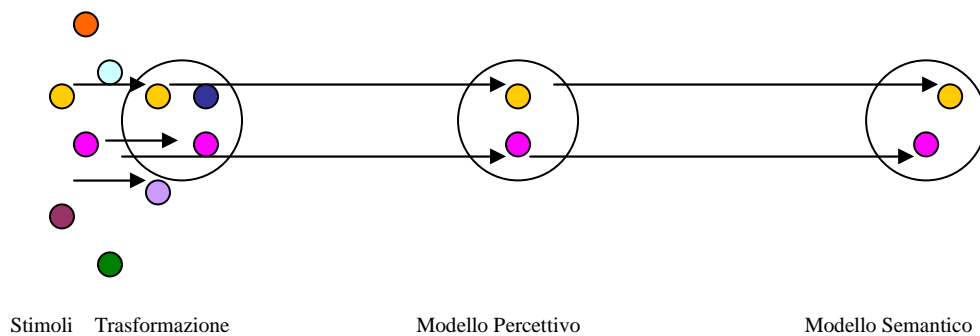


2) Il caso dell'**invenzione radicale** è completamente diverso, il mittente scavalca il modello percettivo e scava nel continuum informe, configurando il percolato nello stesso momento in cui lo trasforma. È questo il caso in cui si verificano tutte le innovazioni nella storia della pittura. Gli Impressionisti, che ebbero qualche problema a farsi comprendere dai destinatari, si videro rifiutati, poiché i loro quadri, a causa della mancanza di un modello percettivo preesistente, non venivano compresi. Il codice in tal caso si istituisce con la 'violenza della rivoluzione espressiva' (fig.23).

Figura 23: *Levar del sole*, Impressione, Monet, 1872, Musée Marmottan Parigi,  
[http://www.settemuse.it/pittori\\_scultori\\_europei/monet/biografia\\_monet\\_soleil\\_levant.jpg](http://www.settemuse.it/pittori_scultori_europei/monet/biografia_monet_soleil_levant.jpg)



Figura 24: Modello dell'invenzione radicale, U. Eco, *Trattato di Semiotica Generale*, pag.316-319,



Quanto è stato detto da Eco sin qui è da considerare poi in relazione alla impossibilità di riscontrare nel reale forme di invenzione moderata e radicali pure, infatti affinché il processo inventivo abbia origine è necessario che l'invenzione del non ancora detto si ammanti di ciò che è già stato detto, il che equivale a dire che una proposta culturale si disegna sempre sullo sfondo di una cultura già organizzata (Eco, 1975).

Ciò che risulta immediato da questi approcci è l'allontanamento della semiotica dalle tematiche classiche, per indagare nuovi universi di pensiero, applicando modelli passati e rimescolandoli tra loro per pervenire a nuove semantiche di analisi artistica.

Ci sarebbe poi da chiedersi se questi contenuti così individuati spieghino meglio l'opera al suo fruitore o piuttosto non consolidino l'allontanamento da tanta parte di pubblico dall'arte in genere e in particolar modo da quella contemporanea.

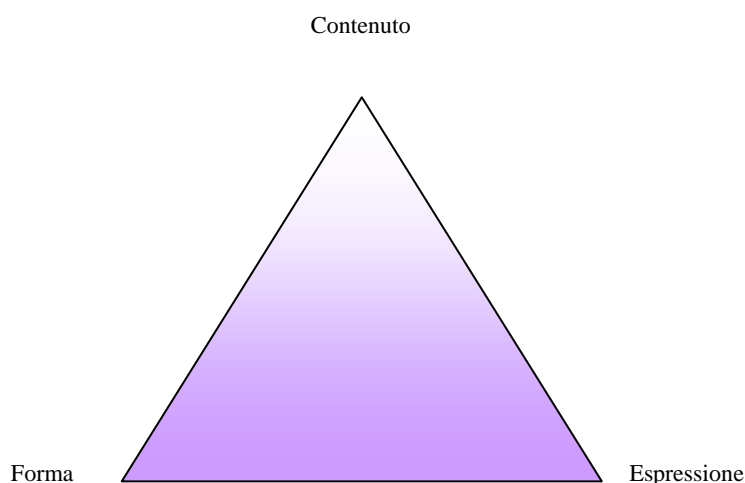
Se d'altra parte la semiotica estetica non aiuta il largo pubblico, si sa che la conoscenza artistica sia materia assai complessa: la filosofia negli ultimi anni ha tentato in tutti i modi, in particolare l'estetica, di appropriarsi a torto o a ragione, del diritto di illustrare l'arte e di riscoprirne la bellezza. Annoveriamo i numerosi tentativi di Deleuze, di Baudrillard, Deridda, Zecchi, ma anche di parte della antropologia filosofica come Michel Serres e Michel Foucault.

**S. Zecchi** in *Capire l'arte*, si occupa di distinguere le parole dell'arte: storiche, teoriche e tecniche.

Le parole storiche coincidono in sostanza con le periodizzazioni o le correnti stilistiche: il Romanico, il Gotico, il Classico ecc.; le parole teoriche individuano alcuni concetti chiave utili alla comprensione dell'arte come la bellezza, il gusto, l'allegoria, il sublime; le parole tecniche illustrano la tecnica che si può trovare in molta arte, come ad esempio l'acquerello o l'olio, ma anche illustrano le istituzioni museo e pinacoteche. Altro tema che percorre il testo è l'individuazione di cosa sia l'arte, il riconoscerla prima ancora che comprenderla. *“Abbiamo finito per attribuire all'arte un valore non meno complesso e importante di quello che si assegna al senso della verità, o della giustizia o del bene: insomma, ai grandi concetti filosofici che segnano l'esistenza umana. Però, l'arte ha una sua specifica concretezza: si fa, viene fabbricata, non è un concetto astratto [...] Se, dunque, (l'arte) viene 'fabbricata', dobbiamo ora cercare di capire come, cosa significa fare arte”* (Z, 2000, 17-18). Z. poi risolve semplicemente il distinguo langeriano tra manufatto artigianale e arte, affermando che l'arte, seppur si fabbrichi come un letto o un tavolo, differisce da questi perché l'arte porta con sé l'estro e l'ispirazione alla libertà dell'artista. Libertà che è condizionata solo dalle forme che ha scelto o che inventa, rivoluzionando i principi formali, sino allora conosciuti. L'artista crea, e in questa creatività si nasconde un processo misterioso, vago, di cui, talvolta, l'artista stesso non pare neppure responsabile (ibidem, 20). Comprendiamo che è arte quella che ci troviamo a guardare anche distrattamente qualche volta, perché pian piano ci rapisce, ci suggestiona comunicandoci forti emozioni. Ma ci sono criteri sicuri per

stabilire cosa sia veramente 'arte'? Sarebbe molto comodo e rassicurante ma non esistono (ibidem, 23). *“L'opera d'arte ha un suo linguaggio che si avvale di tre componenti: idealmente si può schematizzare in un triangolo. Su un vertice c'è il contenuto, cioè l'argomento dell'opera: una scena religiosa, un ritratto, un paesaggio. Su un altro vertice troviamo la forma, cioè l'aspetto materiale e concreto dell'opera: le tecniche con cui è stata creata: pittura a olio, affresco, acquerello. Sul terzo, infine, l'espressione, cioè quella realtà complessa di comunicazione di idee, simboli, allegorie, sentimenti, valori che l'opera intende trasmettere”* (ibidem, 26 ss.).

Figura 25: Triangolo del linguaggio, secondo la teoria di S. Zecchi



I vertici di tale triangolo definiscono la relazione estetica che è alla base della comprensione dell'opera d'arte, soprattutto dell'opera di alto valore artistico rispetto a quella scadente.

Prendiamo a esempio *Lo Studio dell'artista* (fig. 26) del pittore di Jan Vermeer (1665). A prima vista l'opera potrebbe essere ricondotta alle belle testimonianze visive della vita del tempo, e spesso si è detto che la sua produzione sia ispirata alla quotidianità. Qui la luce è veramente l'attributo primo, un'unica fonte luminosa che proviene dalla finestra, che non si vede. Se si osserva il pittore, il suo corpo prende rilievo grazie al contrasto tra il nero e bianco dell'abito e della camicia, delle scarpe e delle calze, che si ritrova, poi sul pavimento geometrico. La luce non drammatizza la scena, come a esempio nel *San Matteo* di Caravaggio, definisce placidamente gli spazi e i contorni, eredità poi ripresa dagli Impressionisti. La luce illumina la donna, che possiede una propria



simbologia, infatti sul capo porta il serto di lauro ed è nella posa della musa Clio, protettrice della poesia e della storia, dunque. Vermeer vuol quindi mettere in risalto l'importanza dei soggetti storici in pittura (ibid).

Figura 26: *Lo studio dell'Artista*, 1665-67, Johannes Vermeer (1632, Delft - 1675, Delft), Olio su tela 120 x 100 cm, Kunsthistorisches Museum, Vienna., <http://www.google.it>



Figura 27-28: *Lo studio dell'Artista*, dettagli, 1665-67, Johannes Vermeer.



Altro fenomeno interessante è il New Historicism o ‘nuovo storicismo’, che ha precise affinità con lo storicismo di Wölfflin. Il New Historicism prende forma durante la metà dei primi anni Ottanta, per iniziativa di un gruppo di studiosi dell’Università di Berkeley, come reazione alla critica testuale propugnata dai rappresentanti del New Criticism e del decostruzionismo. Rispetto a queste tendenze dominanti della critica letteraria americana, e in parte europea, il New Historicism riafferma il valore costitutivo, per l’arte e la letteratura, di quelle superfici dure dell’esistenza - la politica, l’economia, la religione, le dinamiche di ceto e di classe – a cui la pratica interpretativa aveva smesso di attribuire un ruolo significativo. L’apparizione del New Historicism o neostoricismo nella critica letteraria è stata tutt’altro che dimessa, soprattutto per merito del suo rappresentante più dinamico, **Stephen J. Greenblatt**, che sviluppa una serie di conferenze, poi raccolte in *Renaissance Self-Fashioning: from more Shakespeare* (1980).

Greenblatt non è interessato al testo letterario o espressivo in se quanto alla produzione originale e alle circostanze storiche e del consumo dell’opera.

Se da un lato si perde, dunque, il senso di ‘solidità’ che garantisce il vecchio storicismo, si conquista, al posto di questo, una visione più ricca e dinamica delle forme espressive siano esse letterarie che non. Il nuovo storicismo vuole mettere in relazione l’opera d’arte con le altre pratiche di rappresentazione e studiare la natura dialettica di tali rapporti. Il tentativo di quest’ultima tendenza di analisi va preso in considerazione come tentativo di approccio innovativo allo studio dell’arte, per ridurre l’isolamento di alcuni capolavori, causato dalle circostanze, dalle condizioni, e dalla stessa permeabilità dei confini di una materia come quella artistica. “*I musei funzionano, in parte intenzionalmente e in parte contro la loro volontà, come monumenti alla fragilità delle culture, alla decadenza di grandi istituzioni e dimore nobiliari, al tracollo dei rituali, alla scomparsa dei miti, agli effetti distruttivi delle guerre, della trascuratezza e dei dubbi corrosivi*” (G., 1995, 29). Il successo mondiale del nuovo storicismo si deve probabilmente all’intelligente combinazione di eredità di pensiero diverse, sapientemente riviste e correlate fra loro.<sup>18</sup> Non a caso G. e Gallagher (2000) hanno potuto rivendicare l’impulso dato dal neostoricismo all’ampliamento degli studi culturali degli ultimi anni: dall’allargamento concettuale del termine ‘cultura’ alla contaminazione di discipline di-

---

<sup>18</sup> Ricordiamo a questo proposito gli studi filosofici di Michel Foucault e quelli antropologici interpretativi di Clifford Geertz.

verse; dalla relativizzazione dei canoni culturali letterari alla ridefinizione del ruolo della donna nella cultura contemporanea; e assai importante per le nostre indagini sin qui condotte dall'adozione di un approccio interculturale alla problematizzazione dei parametri interpretativi delle opere d'arte.

## **2 CAPITOLO SECONDO: L'ARTE PROPOSTA DALLE ISTITUZIONI**

### **2.1 POETICHE ESPOSITIVE E MODELLI DI CONSUMO**

#### *2.1.1 Visitatore modello e utente modello*

Appare opportuno in questa sede prendere a riferimento gli studi di Anna Lisa Tota sul Visitatore Modello e sull'Utente Modello (Sociologie dell'arte, 1999) come li si possa intendere e in che misura ci possono aiutare a sviscerare il contenuto comunicativo e mediatico, sotteso all'allestimento di un museo oppure all'allestimento di una galleria d'arte o di una mostra.

È da ritenersi ragionevole che l'istituzione museo comunichi in maniera tacita la buona parte delle istruzioni per l'uso alle mostre e per la percorribilità dell'allestimento.

Quando visitiamo una mostra mettiamo in atto un processo comportamentale che è definibile musealizzazione: con tale lessema si intende quel naturale intersecarsi delle volontà e del background artistico-espositivo del curatore della mostra con le volontà e le esigenze del direttore della stessa; per approfondire la seguente tematica si ricorrerà alle definizioni sopra citate e si offrirà, per maggiore sinteticità e chiarezza, una modello costruttivo delle stesse.

Mentre l'analisi del Visitatore Modello conduce all'analisi delle poetiche espositive, lo studio dell'Utente Modello comporta una peculiare attenzione al piano istituzionale, ossia a come un'istituzione contribuisca anzitempo a dettare le regole della fruizione museale. A esempio quanto debba costare un biglietto; quali siano gli orari di apertura e chiusura; chi visiterà la mostra e per quanto tempo (ibidem).

Dobbiamo inoltre pensare che i curatori della mostra utilizzino codici completamente differenti ma che in qualche maniera siano in diretta interconnessione con la volontà istituzionale; secondo questo modello la deutilizzazione di tali possibilità comunicative può mettere a repentaglio il buon esito del percorso di allestimento e condurre alla rinuncia. I canali che il curatore sfrutta sono soprattutto visivi, uditivi e qualche volta tattili e olfattivi. Il canale più sfruttato rimane però, ovviamente, quello visivo che più d'altri è funzionale alla fruizione dell'opera d'arte; pensiamo all'uso e alla scansione ritmica de-

gli spazi descrittivi, espositivi e di quelli dedicati al merchandising oppure alla sosta riflessiva o ancora alla pausa ristoro, se l'allestimento impegna per più ore il visitatore; pensiamo ai sistemi di classificazione degli oggetti, alle notizie biografiche fornite sugli autori, per poter condurre con mano l'utenza nel mondo dell'artista; facciamo mente locale alla prossemica, ossia la distanza decisa tra le opere d'arte e il visitatore, tra un'opera d'arte e un'altra nello snodarsi del percorso. A questo già complicato racconto se ne aggiunge un altro il fattore tempo, che riordina le opere e le emozioni in modo del tutto soggettivo.

Da un punto di vista metodologico proviamo a riflettere su quanto possa essere difficile lo studio di siffatte posizioni: si richiede un'attenta cura nella raccolta dei dati dell'Utente Modello, si necessita anche di una metodologia di analisi e per questo può venire in aiuto il marketing, ma si richiede anche un resoconto del piano espositivo ossia del Visitatore Modello, e a questo proposito può favorirci l'approccio sociologico con un'analisi di tipo sintetico quale quello proposto nella fig.1.

Per configurare l'utenza tipo si potrebbero approntare interviste strutturate o semi-strutturate<sup>19</sup> a un campione casuale di utenti alla fine del percorso espositivo, ma ci si potrebbe anche avvalere del medesimo strumento per analizzare il contesto culturale e politico entro il quale, la mostra è stata allestita dai curatori e direttori del museo.

Inoltre potrebbe essere d'aiuto l'osservazione etnografica delle modalità d'uso degli spazi, al fine di verificare le modalità d'esposizione e la reale pratica di fruizione delle stesse sul campo. Infatti un museo può dichiaratamente perseguire l'intento di ampliare la sua utenza, coinvolgendo nuovi strati della classe lavoratrice, basti pensare al *Metropolitan Museum of Art* che ha perseguito questo obiettivo sin dagli anni ottanta che ha in un secondo tempo vanificato, istituendo la chiusura domenicale. La visione etnografica rappresenta pertanto un valido strumento d'indagine per poter disegnare una mappa culturale del museo.<sup>20</sup>

Nel tentativo di costruire un modello di fruizione, non dobbiamo poi dimenticare che gli utenti hanno un certo grado di libertà nel processo di decodifica della comunicazione

---

<sup>19</sup> Per la definizione di intervista strutturata e semistrutturata si rimanda al testo di P. de Vito Piscicelli, *La gestione delle risorse umane*, 1995, Bologna, parte terza.

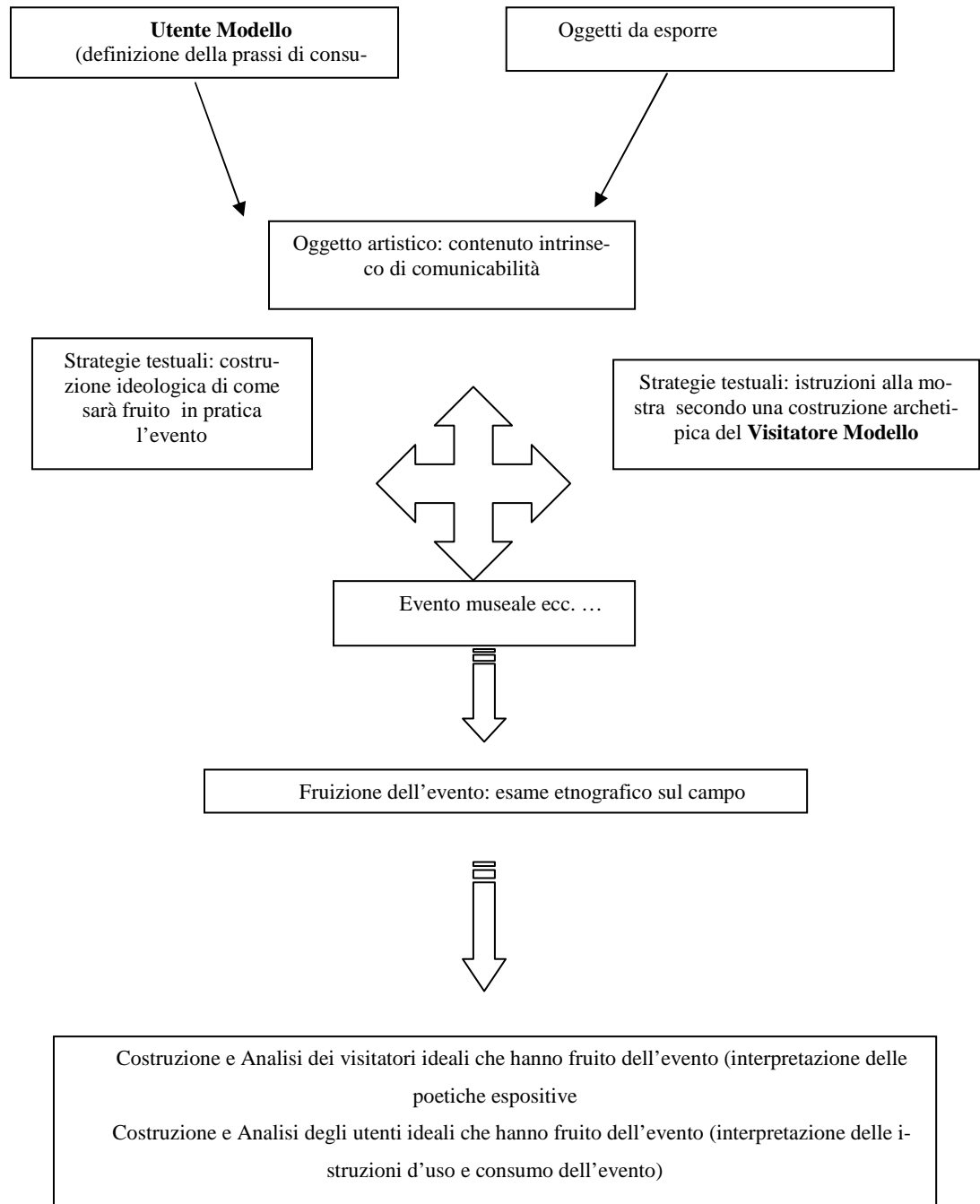
<sup>20</sup> Per mappa culturale si intendono non solo le modalità espositive dell'allestimento singolo, ma anche degli allestimenti nel corso degli anni e delle scelte operate dai curatori delle mostre in concomitanza alle esigenze dirigenziali interne, rispettando l'indirizzo culturale del museo e della città nella quale è inserito.

artistica, così come l'Utente Modello gode di libertà, nel cambiare le modalità espositive a seconda dei tempi e delle differenti dirigenze.

I dati raccolti nell'analisi della fruizione permettono di costruire modelli di utente e modelli di visitatore: il Visitatore Modello corrisponderà al tipo di visitatore che i curatori e le dirigenze hanno in mente mentre allestiscono il percorso espositivo per le definizioni delle prassi di consumo, e comprende anche le istruzioni che l'Istituzione fornisce, per avviare il processo di decodifica individuale dei contenuti comunicativi; pertanto il Visitatore Modello non è da confondersi con i modelli di visitatori che saremo in grado di delineare, solo dopo aver studiato le effettive esperienze sul campo degli stessi. Corredando questi ultimi dati qualitativi ai primi si avrà un' analisi completa dell'utenza che ha visitato la galleria (ibidem).

Esiste a questo propositivo una visione assai interessante ma d'altra provenienza culturale che afferisce all'ambito della museografia, appare di preliminare importanza in questa sede, in una visione interdisciplinare quale quella perseguita dal testo, tenuto conto del punto di vista del museo che racconta se stesso ed esprime se stesso, approfondire le tematiche della funzione degli spazi, dei luoghi di accoglienza, del ruolo delle attività permanenti, dei laboratori; dei pannelli, delle didascalie, della segnaletica; dell'atmosfera; delle distanze occupate dall'allestimento; della promozione. Fattori che inaugurano codici linguistici differenti, che contribuiscono a formare l'ambiente museo e a comunicare la sua esistenza all'esterno.

Fig. 1 - Analisi del consumo museale secondo i vettori Utente Modello e Visitatore Modello



### 2.1.2 *Il museo come modo di vedere: la visibilità del manufatto*

Un altro modello che si presta alla nostra attenzione è quello proposto da Svetlana Alpers<sup>21</sup> (1995) che tratta il museo nella sua valenza scenografico-visiva; “il museo è un modo di vedere” e anziché cercare di superarlo, vale la pena di cominciare a farne un uso consapevole (fig.4). Molto probabilmente l’esposizione museale trasmette nozioni di cultura solo quando o nella misura in cui un oggetto è stato costruito con consapevole attenzione per l’aspetto visibile della sua fattura, ossia quando gli aspetti culturali di un oggetto sono riconducibili a ciò che i musei sanno promuovere “[...] *Riusciamo a guardare bene i capitelli romanici o le pale d’altare del Rinascimento nei musei, sebbene non siano stati concepiti a questo scopo: pur sottratti al loro sito rituale, simili oggetti continuano a sollecitare uno sguardo attento, anzi, per certi versi lo favoriscono. Ma non sempre gli oggetti sono esposti in modo da produrre questo effetto, e capita persino che un museo renda difficile la visione*” (ibidem, 6)<sup>22</sup>.

Il museo secondo questa visione è affascinatore, incantatore e sebbene si presenti quale luogo neutro, avulso da qualsiasi politica sociale, finisce per essere il promotore degli aspetti sensibili e visivi della cultura in cui l’oggetto è stato prodotto. Come d’altro canto, se è vero che il museo può porsi quale facilitatore delle comunicazioni, è pur vero che talune volte la sua distanza culturale dall’oggetto che mette in mostra è tale che si fa interprete del limite che è insito in tutte le strutture a carattere istituzionale: ossia l’appartenenza a una certa sfera politica. Negli ultimi anni si è sempre più ricorsi ad allestimenti monografici, per ridonare al pubblico l’artista e le sue opere. Alcune mostre, veramente illuminate, sono riuscite sotto l’aspetto visivo, ad attuare questa operazione sino addirittura all’estrema posizione di alcuni musei come a esempio il Museo Diocesano di Milano che ha creato un solo allestimento intorno ad una sola opera, ossia *La Cattura di Cristo* del Caravaggio per il 2010, o *Il ritorno di Giuditta e Betulia*, del Botticelli nel 2008.

---

<sup>21</sup> Ulteriori approfondimenti in I. Karp e S. Lavine, *Culture in mostra*, Clueb, Bologna, 1995.

<sup>22</sup> Ibid. pag. 6



Fig. 2: *La cattura di Cristo*, Caravaggio, (1573 – 1602), olio su tela, National Gallery of Ireland, Dublino.



Fig. 3: *Il ritorno di Giuditta e Betulia*, Botticelli, 1472, Galleria degli Uffizi, Firenze



Perciò in termini di cultura visiva, presentare l'intera produzione di un artista o solo alcune delle maggiori opere, può essere una strada comunicativa semplificata nel raggiungere il pubblico. Il più recente tentativo di trasformare la cultura europea, passando dalla via storica, per riappropriarsi dell'arte, è stato fatto al Musée D'Orsay a Parigi, sebbene l'intervento e la ristrutturazione dei canoni visivi non abbia in questo caso dato

ragione a produzioni importanti come quelle di Coubert, che sono relegate in un angolo, mentre altre di minor rilievo godono di maggiori spazi. È proprio impossibile osservare i quadri all'interno del museo, poiché sono mal illuminati e mal disposti tanto che l'occhio ne esce ferito. Ciò dimostra che qualsiasi cosa stia all'interno di un museo sia fortemente influenzata dal modo di vedere, così un'infilata piuttosto anonima di quadri determinerà un effetto assai diverso da una allestimento, ove l'esposizione lascia concretamente spazio fisico ai pensieri astratti o alle riflessioni più generali.

Particolarmente interessante è proprio l'approccio che i musei del vecchio continente hanno dato agli allestimenti di carattere etnografico, ove le culture in mostra coincidono, non sempre felicemente, con le culture della diversità.

Beardsley e Livingston, su indicazione di quanto menzionava uno studio di Duncan Cameron<sup>23</sup> (1980) che analizzava l'architettura, la decorazione e l'allestimento storico-artistico dei musei del Louvre, del Metropolitan e del Museum of Art, ritenevano che gli atteggiamenti museali fossero fondamentalmente di due tipi:

- quello tradizionale che interpreta il museo come tempio;
- e quello più recente che interpreta il museo come foro<sup>24</sup>;

Beardsley e Livingston allestirono la mostra *Hispan Art in the United State* al Museum of Fine Arts di Houston nel 1987. La finalità voleva essere quella di correggere l'interpretazione che la cultura ufficiale dava di taluni artisti latino-americani, sottovalutandoli, affermando nella prima pagina del catalogo che l'appartenenza etnica, insieme ad altre forme di diversità regionale, potesse essere vista come il principale ingrediente in quel composto alchemico che è la buona arte. Per il buon raggiungimento degli obiettivi di conoscenza e approfondimento delle diversità locali e di integrazione razziale fu persino costituito un comitato di cinquanta leader, appartenenti alle comunità ispaniche, peraltro attivo ancora oggi. La mostra raggiunse un ampio pubblico, buona parte del quale poco familiare a questi artisti. I critici furono invece di altro avviso e criticarono

---

<sup>23</sup> Cfr. Carol Duncan e Alan Wallach, *The Universal Survey Museum*, *Art History* 3, n. 4, dicembre, 1980, p.451.

<sup>24</sup> Il primo in quanto tempio, "assume un funzione universale e sovratemporale, legata all'uso di un campione strutturato della realtà (...), il secondo pone il museo quale "luogo adibito al confronto" (1980).

aspramente la mostra per diversi motivi che sono in buona sostanza riconducibili a tre ragioni:

- 1- sottovalutazione dell'intento politico, connaturato nell'opera degli artisti ispanici con omissione dei murales;
- 2- eccessiva focalizzazione dei lavori folcloristici e 'primitivi', con conseguente esclusione della restante produzione;
- 3- disgiunzione delle opere dalla sfera sociale che era loro propria.

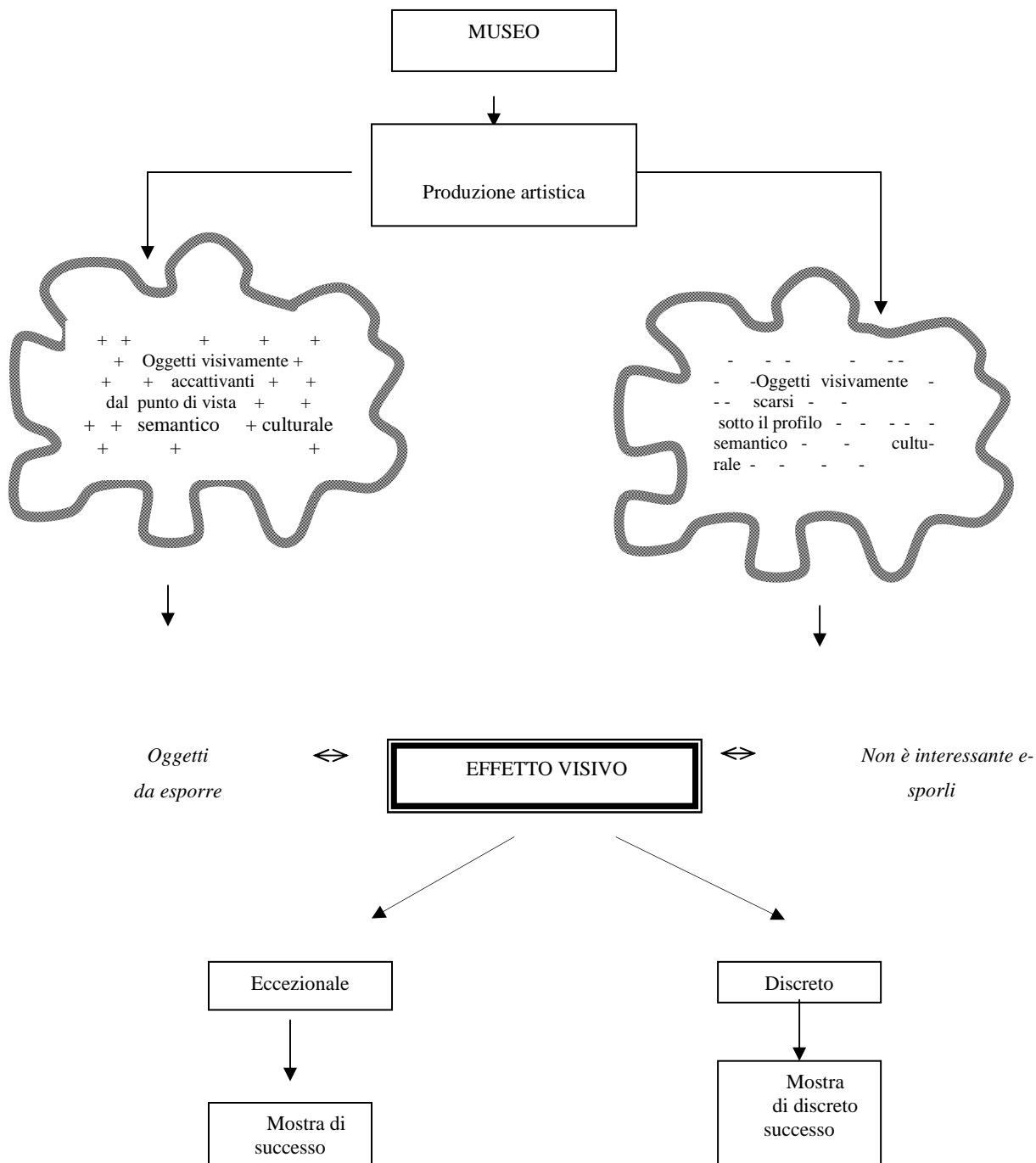
I curatori cercarono anche di offrire una risposta ragionata alle istituzioni che avevano sponsorizzato l'iniziativa e nella fattispecie sostennero la tesi di una impossibilità fisica di trasporto dei murales, di una preferenza accordata al materiale folcloristico, della scarsità di fondi, e in ultima istanza del perché tali beni artistici rappresentavano maggiormente la natura sociale dell'arte ispanica.

Nonostante le ragioni dei due curatori la critica rispose ai tentativi di giustificazione, adducendo le note di merito nello sforzo di Beardsley e Livingston, e aggiungendo che la mostra non avrebbe mai potuto essere allestita correttamente senza l'ausilio di curatori ispanici. "I musei che tentano di agire responsabilmente in ambiti complessi e multiculturali finiscono naturalmente per trovarsi al centro di controversie" (1995,176).

Solo quando saremo in grado di lasciare spazio negli allestimenti alle 'altre culture', allora potremo aspettarci che il numero di controversie si attenui. Nell'attesa il mondo museale richiede almeno i seguenti interventi innovativi:

- 1) il rafforzamento della presenza di cittadini di origine etnica diversa dalla nostra nelle istituzioni museali, nel rispetto di una visione cosmopolita;
- 2) l'espansione delle conoscenze e delle competenze verso le culture minori da parte dei musei;
- 3) la sperimentazione di 'letture multiple' accantonando di tanto in tanto gli approcci espositivi tradizionali (ibidem).

Fig. 4 – Modello basato sull' **Effetto Visivo** di S. Alpers



Il primo motivo di una cattiva esposizione dell'alterità è sicuramente rintracciabile nelle ragioni politiche, ma esistono anche culture che non possiedono manufatti specificamente ricchi di attributi visivi, e che si sottraggono facilmente ai canoni d'esposizione classici. Inoltre, forse, il museo non è neppure il canale migliore per informare a vasto raggio sulle diverse civiltà. Non dobbiamo poi dimenticare che i musei

non espongono quasi mai oggetti creati *ad hoc* per essere esposti, la maggior parte degli oggetti d'artigianato del mondo non hanno nulla a che vedere con le intenzioni dei curatori. Curiosamente in una mostra il pubblico può legger il nome del curatore nelle indicazioni informative o nelle brochure all'entrata e crede, varcando la soglia, di entrare in contatto con Goya, con Picasso o con Warhol, mentre entra in contatto solo con una delle possibili interpretazioni dell'artista. Sarebbe auspicabile, come sostiene S. Vogel (1995) che il pubblico fosse avvisato di ciò e può comprendere che cosa è prodotto dell'artista e cosa è frutto dell'interpretazione del curatore. Ma nel caso di autori molto lontani nel tempo, dei quali non c'è rimasta nessuna fonte critica o nessuna fonte autobiografica, pare proprio impossibile tradurre nella pratica questa scissione tra l'arte e l'interpretazione della stessa.

Pensiamo inoltre ai musei di ispirazione religiosa che possiedono un patrimonio eccezionale di opere d'arte delle quali è noto ai più, nel migliore dei casi, il tema rappresentato ma che la buona parte del pubblico non riesce nemmeno a individuare sulla tela i santi e le rispettive simbologie. Il terreno semantico nel caso di iconografie complesse si fa ancora più scivoloso e il pubblico non può che ammirare la natura estetica del manufatto, ma senza possedere minimamente la benché minima cognizione dei significati profondi, di ciò che ammira affascinato. Si rintraccia, allora, nell'evento espositivo solo una mutazione emotiva dell'utente che sedotto, procede silenzioso nel percorso. Il problema di chi voglia accostarsi all'arte non occidentale o all'arte religiosa può esprimersi più o meno in questi termini: come possiamo capire o valutare correttamente l'arte, proveniente da una civiltà che non conosciamo sino in fondo? Da una visita a Palazzo Pitti a Firenze o al Musée de l'Homme di Parigi, che conservano criteri espositivi superati, non ricaviamo l'impressione che le opere esposte siano state esposte male, semmai ci appare immediatamente chiaro che il museo continua a cambiare e che è di primaria importanza ciò che viene esposto e, ancora, che una costante nel tempo sia 'l'esito della visione' (V., 1995, 124). E semmai la questione da porsi, prima fra tutte, è perché e con quali scopi visivi scegliamo questo o quel criterio espositivo? Pare che uno degli indizi del successo di una mostra sia la libertà con cui il pubblico riesce a esprimere il suo interesse; risultano in questa chiave, tanto più importanti gli strumenti tecnologici (come PC, auricolari, audioguide...) quanto le attività didattiche e di laboratorio.

### 2.1.3 *Gli elementi attivi nell'interpretazione artistica: oggetto, curatore, osservatore*

Chi si reca ad una mostra più o meno tradizionale<sup>25</sup>, sia essa permanente o temporanea, si aspetta di vedere manufatti o oggetti, offerti in schiera all'esame del visitatore; il quale è di solito il membro adulto di una collettività evoluta e possiede un'idea di museo che è riconducibile ai concetti di 'patrimonio culturale', 'strumento didattico-educativo', 'tempio del sapere', e via dicendo. Chi si reca a una mostra è mosso soprattutto da una grande curiosità interiore e da sollecitazioni esterne, riconducibili alla campagna di comunicazione messa in pratica dall'istituzione che ha allestito la mostra. "È fin troppo ovvio ricordare che non è possibile esporre un oggetto, senza costruirci attorno una 'cornice" Baxandall M., 1978).

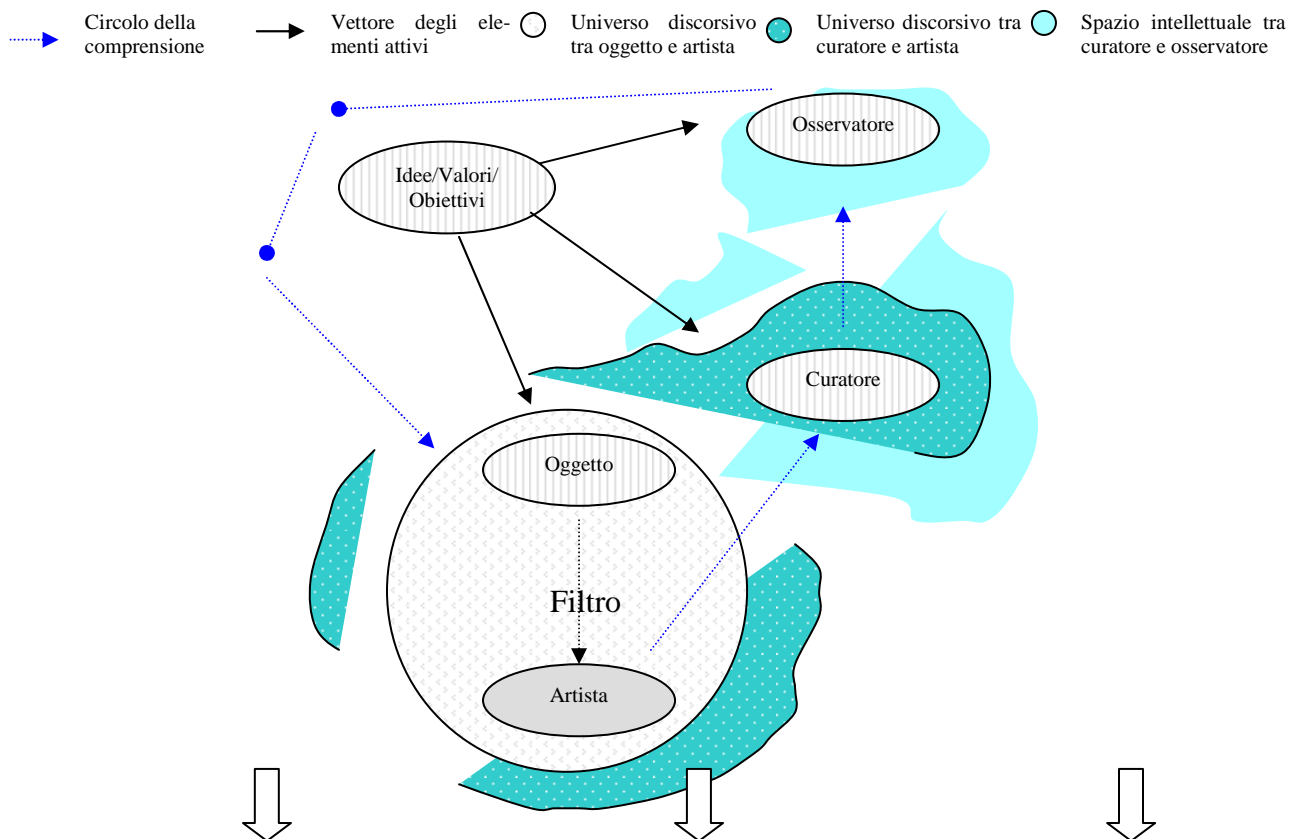
Scegliere di esporre un'opera d'arte, significa interpretarla, traslitterare i suoi significati nella contemporaneità, giudicarla e valutarla secondo parametri coevi; disporre tre o quattro oggetti in una teca, significa inevitabilmente metterli in correlazione, stimolare nell'utente un atteggiamento di confronto emozionale e cognitivo. Chi si troverà a osservare un manufatto, appartenente a una cultura diversa da quella di provenienza, sia essa distante dal punto di vista geografico-spaziale oppure dal punto di vista temporale poiché appartenente ad altra epoca, si troverà in una posizione complessa che ancora oggi sviluppa accesi dibattiti. Tre, secondo Baxandall, sono gli elementi culturali coinvolti nella fase di osservazione di un manufatto:

- 1) le idee, i valori e gli obiettivi della cultura dell'oggetto;
- 2) le idee, i valori e gli obiettivi del curatore della mostra;
- 3) le idee, i valori e gli obiettivi dell'osservatore (ibidem).

---

<sup>25</sup> Per 'tradizionale' si intende in questa sede un allestimento costruito sulla cronologia storica o biografia dell'autore o altro genere di collocazione tematica delle opere che segua un criterio di ordinamento degli oggetti d'arte noto ai più, ossia una mostra che esponga su muri o su supporti vecchi o innovativi delle opere, corredandole di didascalie, accompagnandole a fogli esplicativi a un catalogo.

Fig. 5 – Modello interpretativo dell'opera d'arte di Baxandall



IDEE	VALORI	OBIETTIVI
<p><i>Idee dell'Artista</i> in quanto individuo appartenente a una collettività:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-possiede un proprio universo discorsivo</li> <li>-intrattiene una relazione privilegiata con la cultura nella quale il manufatto è stato prodotto;</li> <li>-ha un RUOLO ATTIVO poiché diretto comunicatore di una cultura che filtra nelle opere attraverso il proprio ingegno</li> </ul>	<p><i>Valori dell'Artista</i> in quanto individuo appartenente a una collettività, facente parte di un dato contesto culturale</p>	<p>Obiettivi dell'Artista</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-lasciare una eredità culturale</li> <li>-insegnare qualcosa</li> <li>-lasciare un segno tangibile della propria esistenza</li> <li>-comunicare al mondo presente e futuro</li> <li>-offrire un contributo di creatività</li> <li>-comunicare idee e valori propri</li> </ul>
<p><i>Idee del Curatore</i> in quanto individuo appartenente a un collettività</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-possiede un proprio universo discorsivo</li> <li>-si appropria di nozioni e conoscenze sempre nuove che riguardano gli universi discorsivi della sua cultura specialistica</li> <li>-selezionatore e sistematizzatore di oggetti d'arte</li> </ul>	<p><i>Valori del Curatore</i> in quanto individuo appartenente a una collettività, facente parte di un dato contesto culturale</p>	<p>Obiettivi del Curatore</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-creare un evento</li> <li>-offrire interpretazioni provenienti dal suo universo di discorso</li> <li>-offrire approfondimenti agli specialisti</li> <li>-selezionare oggetti d'arte e catalogarli</li> <li>-innovare le tecniche museologiche</li> <li>-avvalorare una teoria culturale diversa dalla propria o dare enfasi al carattere d'innovazione della stessa</li> <li>-comunicare idee e valori dell'artista</li> </ul>
<p><i>Idee dell'Osservatore</i> in quanto individuo appartenente a una collettività</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-possiede un proprio universo discorsivo</li> <li>-possiede una idea di museo quale tempio laico del sapere</li> <li>-sensibile all'effetto museo</li> <li>-costruttore del senso di appartenenza dell'oggetto a una data cultura nella attribuzione di una funzione d'uso e di significato di senso</li> </ul>	<p><i>Valori dell'Osservatore</i> in quanto individuo appartenente a una collettività, facente parte di un dato contesto culturale</p>	<p>Obiettivi dell'Osservatore</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-cercare una causa tra l'esposizione di un oggetto e il suo significato primario</li> <li>-coprire lo spazio intellettuale esistente tra lui e l'oggetto, e tra l'artista e il curatore della mostra</li> </ul>

Prendiamo a esempio un osservatore occidentale che si trovi a guardare con estrema attenzione un *mbulu-ngulu* appartenente alla cultura Kota, e che l'oggetto risulti attraente o non ha poca importanza, poiché subisce il cosiddetto 'effetto museo'. Supponiamo inoltre che sulla didascalia trovi scritto quanto segue<sup>26</sup>:

*L'oggetto consiste in una lamina di ottone applicata su legno ed è prodotto dai Kota, abitanti del Gabon e della Repubblica del Congo, i quali praticano il culto degli antenati ed eseguono questi lavori a intaglio per allontanare gli spiriti maligni dalle spoglie dei defunti. Il cartellino o la scheda del catalogo sottolineano altri due punti: il *mbulu-ngulu* va messo a confronto con una testa o una statuetta lignea bieri di cultura Fang, esposta nella stessa sala, poiché anche le statue bieri dei Fang, il cui territorio confina a Ovest con quello dei Kota, hanno il medesimo scopo di proteggere gli antenati. Inoltre, il *mbulu-ngulu* dei Kota è un esempio di oggetto cui Picasso si ispirava nel dipingere i quadri protocubisti del 1907<sup>27</sup>*

Quale sarà l'informazione che ne ricaverà il pubblico? Quale sarà l'effetto sul visitatore? L'informazione fornita dalla didascalia non ci aiuta a evincere le misurazioni geometriche dell'oggetto o la tecnica usata per costruirlo, pertanto l'informativa non avrà un carattere descrittivo, come i più potrebbero pensare, ma un carattere esplicativo: infatti l'informazione offerta tende a instaurare confronti o rimandi ad altre opere o ad artisti noti, oltre che fornirci la collocazione geografica di produzione di questo e di altri oggetti simili. Ciò che l'osservatore si trova di fronte è in sostanza un essere umano dalla fisionomia difforme con la bocca spalancata e cicatrici sulle guance, il tutto collocato su un basamento con una losanga che l'osservatore tende interpretare come un busto e della gambe. Il fatto, poi, che l'oggetto abbia un nome significa che appartiene a una categoria di oggetti e pertanto si prevede una produzione seriale e un'attribuzione culturale ben definita. Inoltre si danno indicazioni sul materiale, ossia ottone e legno, quindi indirettamente sul fatto che all'interno della civiltà Kota esista una discreta e diffusa sapienza sulla lavorazione dei metalli. Ancora si offrono informazioni sulla presenza del 'culto dei morti' presso la medesima collettività, si deduce da ciò che la statua debba possedere una qualche valenza magico - rituale.

Da questo breve esempio si evince che gli elementi in gioco sono i tre menzionati. Primo elemento attivo è proprio **chi produce il manufatto**, ossia chi intrattiene una re-

<sup>26</sup> I. Karp e S. Lavine, pag. 17.

<sup>27</sup> Per 'protocubismo' si intende la fase anticipatrice del cubismo intorno al 1906-1907.



lazione specifica con la cultura nella quale il manufatto è immerso; chi ha prodotto l'oggetto apparterrà alla parte attiva della collettività, perché partecipa in prima persona alla produzione di un oggetto artigianale.

Il secondo elemento attivo nella mostra è il **curatore**, poiché egli si appropria di cose interessanti che riguardano altri in “un universo di discorso che è sotteso alla sua cultura specialistica”(1995, 21). Gli obiettivi che si prefigge il curatore sono complessi: allestire una mostra di successo; svolgere una funzione di insegnamento dell'utenza; offrire un servizio di approfondimento agli esperti di settore; rappresentare una cultura, in quanto cittadino appartenente a una certa collettività; selezionare e sistematizzare le opere d'arte; innovare le tecniche museo logiche; avvalorare una altra teoria culturale, diversa da quella pertinente alla sua specializzazione.

Il terzo elemento attivo, e senza dubbio, **l'osservatore**; plasmato dalla cultura di provenienza, che possiede, lo abbiamo già detto, una sua idea di museo e che è particolarmente sensibile all'effetto museo, e che può oppure non può trovarsi in sintonia con il progetto espositivo. Il visitatore, mosso da enorme curiosità, osserva gli oggetti esposti e fornisce a se stesso spiegazioni inerenti l'informativa di carattere esplicativo in termini funzionali: - a cosa serviva questo oggetto e quale rapporto tratteneva con la divinità? La parziale coincidenza della cultura di provenienza tra curatore e visitatore potrebbe aiutare quest'ultimo a interpretare meglio e più facilmente il linguaggio della comunicazione museale, ma potrebbe anche produrre un errore di fondo: il curatore potrebbe tendere a perdere di vista le finalità a carattere didattico, per privilegiare quelle a carattere descrittivo.

Ma se ipotizziamo che la mostra sia un campo in cui i tre elementi attivi, costitutivamente non identici, operino secondo tre orientamenti diversi, come possiamo immaginare che le loro attività entrino in contatto? Cerchiamo di capire cosa avviene nel momento in cui l'osservatore diviene il ‘lettore del cartellino’<sup>28</sup>; egli si trasforma da sconosciuto interlocutore a utente attivo, a punto di intersezione tra lo spazio intellettuale dell'artista e lo spazio intellettuale del curatore. Operare in questo spazio, sostiene Baxandall (1978), è operare a pieno titolo sulla scena artistica, ne più ne meno degli specialisti. Il curatore si preoccuperà dell'oggetto artistico dal punto di vista segnico, in quanto l'oggetto è segno di appartenenza a una certa cultura; l'osservatore, invece, par-

---

<sup>28</sup> Per cartellino intendiamo tutto il materiale informativo inerente il percorso museale

tirà dal dato causale, ossia cercherà di interpretare l'uso dell'oggetto o la causa creatrice dello stesso, perciò all'inizio vivrà l'informativa come una causa materiale, efficiente o finale. Ciò che preme puntualizzare è l'attivismo dell'osservatore che come un vero e proprio segugio cercherà di collegare le cause materiali o di altro genere a quelle simbolico segniche; poiché l'operazione spesso richiede una cultura medio - alta ed è di complessa struttura semantica, non sarà possibile in maniera indifferenziata per tutto il pubblico che ha visitato la mostra occupare appieno lo spazio intellettuale che si crea tra cartellino e curatore. Inoltre l'osservatore tenderà in un secondo momento di assicurare a sé stesso la spiegazione della cause e degli intenti progettuali che sottostanno alla produzione del manufatto, ossia delle finalità progettuali che hanno mosso l'artista a produrre quel dato oggetto.

In linea generale Baxandall propone al curatore di riconoscere che la sua funzione è solo una delle tre funzioni attive nella pratica e che è tanto determinante il suo ruolo quanto quello dell'osservatore, nel comprendere il manufatto; il problema semmai si posta su un altro asse delle questioni interpretative concernenti l'arte: ossia sull'asse della 'esponibilità' degli oggetti, tanto più un oggetto sarà stato creato per essere esposto, tanto meno creerà fraintendimenti nella sua interpretazione, poiché l'intento progettuale dell'artista lo avrà corredato di attributi segnici, particolarmente interessanti dal punto di vista visivo e, pertanto, occorrerà un minor sforzo per comprenderli e per spiegarli al pubblico. In sostanza, secondo questo modello, la cultura si rappresenta da sola e al curatore spetta solo il ruolo di selezionatore e sistematizzatore delle opere.

#### 2.1.4 *Il modello aristotelico*

Tra i vari atteggiamenti assunti dai progettisti nell'allestire una mostra segnaliamo una tendenza piuttosto interessante che poggia le sue fondamenta sull'invenzione poetica aristotelica<sup>29</sup>, più che su disciplinati sistemi d'esposizione che poggiano sugli assiomi geometrici e che hanno l'ambizione di apparire neutrali.

Questa tipologia di allestimenti consiste nel tener fede al trattato aristotelico che lega l'arte all'imitazione, attraverso l'uso di molteplici figure retoriche come la metafora, ma anche come l'analogia, l'ellissi, l'iperbole. L'artista produce un'opera per imitazione, il

---

<sup>29</sup> Cfr. Aristotele, Poetica, Oscar Mondadori, Milano, 2002.

curatore della mostra produrrà allora un allestimento per imitazione, ossia con la finalità di suscitare sensazioni e idee per via mediata, attraverso un uso sapiente della 'retorica visiva'. Il pubblico sarà spinto a costruire rimandi, allusioni simboliche, ad assaporare atmosfere culturali, sensazioni che permeeranno l'opera di valore, tanto più è riuscito l'allestimento tanto più l'opera si carica di semantiche positive. L'allestimento stesso diviene strumento retorico. Un esempio che può chiarire il senso di questo allestimento è l'architettura di Schinkel, che nell'Ottocento, pensa alla costruzione come a un allestimento scenico - teatrale a una sorta di veduta d'insieme, come potrebbe fare Tintoretto o Piranesi. Questo tipo di allestimento suscita associazioni di idee in maniera quasi casuale, affidandosi al senso innato e proprio dell'uomo di imitare. L'imitazione, asserisce Aristotele (2002, 9 ss.) coinvolge mezzi, oggetti e modalità esecutive, quindi a seconda di quale strumento l'artista decida di adoperare, e di quale oggetto imitare e con quale modalità espressiva, cambia di gran lunga il risultato.

Ma perché l'uomo trae piacere dall'imitazione? Fondamentalmente perché fin dall'infanzia l'uomo in maniera quasi innata tenta di imitare, e in ciò differisce dagli animali, perché è attraverso l'imitazione che conosce ed esplora il mondo (ibidem, 5). L'uomo è assai affascinato da immagini particolarmente precise, che riproducono fedelmente oggetti, volti e architetture – basti pensare al vedutismo che ha fatto dell'imitazione il suo peculiare attributo -, guardare le immagini attrae e diletta al tempo stesso, perché osservando e deliziandosi l'uomo conosce il mondo, anche quello inesplorato e lontano, come quello delle belle fanciulle di colore di Gauguin.

L'uomo, dunque, si diletta nell'osservare oggetti o individui copiati o ritratti; trova nella contemplazione della copia un senso di verità e di scoperta del particolare, difficilmente rintracciabile nel quotidiano. In questa sorta di specchio della realtà trova nell'arte figurativa, più che in quella astratta, la comprensione del vero; perciò impara, deduce, associa. L'uomo prova piacere e diletto nell'imitare e nell'osservare il prodotto del processo imitativo poiché, come nella tragedia prova paura e pietà, e mediante un processo catartico se ne libera, così nell'arte figurativa prova sentimenti positivi e se ne libera (ibidem, 11). Come nella tragedia l'uomo apprezza il racconto che è l'anima della stessa, e solo dopo comprende i caratteri dei personaggi e l'espressione del discorso; così nella pittura imitativa prima viene il racconto visivo, ossia la sua anima, poi i colori,

ossia i caratteri, e infine il senso del dipinto ossia l'espressione del discorso (ibidem, 17 ss.).

Se a questo parallelismo aggiungiamo che oggi quasi ogni mostra è una 'mostra evento' allora si comprende quanto la poetica faccia la sua parte nel successo dell'allestimento. Aristotele individuava nella struttura drammatica sei elementi principali: racconto, carattere, pensiero, linguaggio, canto/musica e vista (ibid., 45 ss.). Se si tenta un parallelismo tra questi attributi e la 'mostra evento' si comprende che questi sono ingredienti fondamentali per un allestimento d'arte. Non dimentichiamo che è in questo modo che, oggi, alcuni tra i più importanti curatori di mostre allestiscono le regie e i palazzi per il pubblico. Il visitatore viene tenuto in "sospeso sulla corda delle emozioni",<sup>30</sup> allietandolo nel gioco delle allusioni (Polano, 2000), solo mediante questa trasformazione l'allestimento diviene 'inventio poetica'. L'imitazione si esprime attraverso mezzi, oggetti e modalità imitative. Ove per mezzo si intende l'allestimento (racconto, carattere, pensiero, linguaggio, musica, vista); l'oggetto è l'opera d'arte, la modalità è il modo in cui il mezzo si esprime (ibidem). Secondo noi in questo processo imitativo il pubblico vien chiamato in causa grazie all'interpretazione della modalità, la comprensione più o meno profonda del mezzo e attraverso il senso principe dell'arte che è la vista.

## **2.2 IL MUSEO NELLA STORIA: SVILUPPI SPAZIALI E ARTE DEL MOSTRARE**

Prima di passare all'elencazione delle tassonomie espositive occorre andare in là con gli anni per comprendere come il museo si sia strutturato e definito attraverso un linguaggio suo proprio.

L'accumulazione dei beni culturali<sup>31</sup> con il loro immenso valore simbolico e artistico ma anche, indirettamente economico, si ricorda sin dalla antica Grecia. Pensiamo ai noti saccheggi di Corinto del 146 a.C. oppure di Siracusa del 212 a.C.: razzie perpetrate ai danni di ricche collettività che osservano la regola liturgica di custodire i loro beni più preziosi nella cella più recondita dei templi sacri. Questi avvenimenti possono oggi es-

---

<sup>30</sup> Polano S., *Arte del mostrare*, pag. 53

<sup>31</sup> Con ciò si intendono quei beni facenti parti di collezioni private e pubbliche con particolare valore antropologico, scientifico, artistico... e non 'beni culturali' come comunemente intende il Ministero per i beni culturali in Italia secondo quanto predisposto dalla legge 1089/1939.

sere considerati i primi esempi di accumulo di ricchezza e di furto della stessa. Quindi è da qui che si può in una certa misura iniziare a parlare di 'organizzazione museale', laddove con 'organizzazione' si intende il semplice intento di protezione dei beni più cari alla collettività corinzia e siracusana. Il collezionista è dunque prima di tutto un 'predatore, un conquistatore poi, in seconda istanza, un accumulatore ed espositore ed infine, se decide di condividere con un potenziale pubblico la sua ricchezza e altresì decide di comunicarla, dandole veste grafica attraverso un messaggio codificato (segni, alfabeti linguistici, luci, spazi...), diviene un 'divulgatore (Gabrielli C., 2004, 33 ss.).

Lo spazio espositivo si specializza dal 1400 ca. in Italia all'interno della particolare condizione organizzativa e di potere delle famiglie patrizie della penisola umanista; nasce in questi anni la 'galleria del principe', che può essere considerata la prima esperienza in senso moderno di organizzazione museale. Essa consiste in un luogo esclusivo che solo pochissimi privilegiati possono visitare, all'interno del quale il principe espone i suoi trofei e i suoi beni più preziosi. Il luogo è concepito come 'luogo di meraviglie', di bellezza estatica, di memoria culturale, storica e antropologica della famiglia, soprattutto luogo di godimento. Lo scenario all'interno del quale si sviluppa questo filone di pensiero è quello umanistico – rinascimentale che riconosce al prodotto artistico un contributo di esperienza estatica ed edonistica. Essendo l'esperienza del bello un percorso che prevede un principio e una fine, nella realtà le stanze o la stanza si rivelano quali lunghi corridoi dove è possibile, passando i rassegna gli oggetti esposti, portare a compimento l'esperienza estetica e imparare cosa sia il bello. Il corridoio con la sua forma obbligata e dal percorso sicuro diviene il 'museo' per eccellenza in Europa e l'Italia esporta la formula con tale successo che da questo modello espositivo ogni Stato, attraverso alterne vicende, ne svilupperà uno suo proprio: la forma perimetrale e circoscritta del 'museo corridoio' influenzerà, così, tutta la museologia moderna.

Nel frattempo nascono nuove figure sociali che svolgono nuovi lavori, a esempio il consigliere artistico che poi si trasforma, in epoca assai meno remota, in 'conservatore' e in qualche caso anche in critico d'arte.

La situazione dal 1400 al 1500 sino alla Rivoluzione Francese registra tenui cambiamenti tanto che la formula della 'galleria del principe' funziona per ben tre secoli.

L'ondata di democratizzazione innescata dalla rivoluzione francese e in concomitanza la cultura illuminista modificheranno i rapporti tra arte e scienza e tra arte e società,

tanto da decretare la nascita di nuovi modelli espositivi, più adatti a un chiaro allargamento del pubblico e a nuove e dichiarate esigenze.

Aprè a Londra nel 1823 il British Museum e l'architetto Smirke lo penserà, come vuole la moda dell'epoca, in un sobrio stile neoclassico secondo le teorie del Winckelmann. Esempio ancor più antico ma di portata non meno rivoluzionaria è l'edificio del Louvre che verrà progettato da Perrault nel 1676 secondo due criteri relazionali essenziali: la 'funzione' e la 'bellezza', lo possiamo ricordare come il primo tentativo da parte di un architetto di venire meno alla tradizione classica, per tentare di dare nuova interpretazione alla funzione museale.

Nell'Ottocento il processo di democratizzazione della fruizione dei beni è compiuto, sebbene conti solo qualche migliaia di visitatori in tutta Europa, i musei sono pronti a rispondere alle nuove istanze che sopraggiungono dalle società economicamente sviluppate.

Il museo perde, allora, quelle caratteristiche di 'salotto ottocentesco' che tanto lo legavano alle gallerie principesche per progettazione e per esposizione e per contenuti divulgativi. È il momento delle 'Esposizioni Universali', luogo di sintesi tra arte cultura, scienza e tecnica, per la prima volta nella storia d'Europa si tenta di riunire ciò che gli insegnamenti universitari avevano diviso, scienze umanistiche e scienze empiriche. Nasce l'architettura dell'effimero, la temporaneità del costruito. La prima Esposizione Universale si tiene a Londra nel 1851, essa è avviata da un concorso pubblico che rimane senza alcun vincitore, poiché nessuno dei progetti presentati corrisponde alle richieste del bando, ossia di un edificio di proporzioni colossali ma facilmente smontabile. Pare che nell'architettura l'eco di una collettività transitoria e consumistica si farà sentire assai prima che nella pittura e nella scultura. Infatti dobbiamo attendere il movimento Dada per poter apprendere che "l'arte non è più cosa del genio" (ibidem).

Il concorso viene nuovamente indetto qualche tempo più tardi e un ingegnere di nome Paxton propone il celebre 'Palazzo di Cristallo', interamente prefabbricato con materiali quali il legno, il vetro e il ferro. L'innovazione più strabiliante nel concepire la nuova struttura sta nei montanti verticali, ossia dei tubolari in ghisa, che servono oltre che a creare un effetto altamente scenografico anche allo scolo delle acque piovane. L'edificio diviene immediatamente rivestito di valori simbolici, per la sua natura effimera e per il nuovo rapporto in cui i materiali stanno con i mezzi tecnici e le finalità rap-

presentative; infatti esso diverrà il modello espositivo per eccellenza della nuova civiltà industriale. In Francia intorno al 1860 emerge una nuova volontà ed esigenza quella di esposizioni meno instabili e creazioni architettoniche atte a ospitare 'musei generali'. L'expo di Parigi del 1889 ricopre perfettamente questa funzione. Spiccano tra gli edifici la *Tour Eiffel* e la *Gallerie des Machines*.

Si crea in questo rinnovato e complesso sistema sociale una curiosa situazione di spaccatura tra critici d'arte e architetti: gli uni vorrebbero che l'arte continuasse a ricoprire il ruolo che le era stato assegnato nei secoli di cristallizzazione del bello, secondo un procedimento di attribuzione simbolico - sacrale, e gli altri che si sforzano di presentare l'arte come una delle possibilità di comunicare da parte dell'uomo secondo una visione assai più laica e permeata di istanze positiviste.

Il museo assume allora una nuova configurazione architettonica e spaziale: non è più luogo esclusivo, ove si raccolgono oggetti appartenenti al periodo classico che possano dettare le regole del bello ma è la sede deputata alle espressioni artistiche più disparate.

Lo spazio agli inizi del Novecento diviene più aperto e libero nella visione: il percorso non è più obbligatorio e si tenta di considerare la spazialità quale illimitata. Con gli inizi del '900 la problematica della fruizione si fa più sensibile a causa dell'aumentato numero di visitatori nei musei e si riconosce il problema delle differenze che intercorrono tra il reale e l'apparente, problematica che poteva essere risolta attraverso due scelte: una concettuale astratta in cui ricercare forme e dimensioni non visivamente percepibili; e una ottica prospettica in cui riprodurre un'immagine soggettiva condizionata dalla visione medesima.

Secondo la prima modalità il quadro è oggetto concreto, è segno espressivo, è traccia che è parte integrante di un discorso. Secondo la visione prospettica il quadro diviene simbolo di qualcosa per cui si può decidere di seguire il criterio più appropriato alla totalità delle opere che si vogliono mostrare e al luogo in cui verranno mostrate. Insomma nel Novecento si è assolutamente modificata la percezione della realtà, essa non è più univoca e universalmente interpretabile, anzi è forma instabile, cangiante e interlocutoria a seconda dell'allestimento. Ricordiamo a questo proposito lo sforzo progettuale di F. L. Wright che nel 1937 negli USA sotto la guida di Rebay, un critico d'arte, progetta e allestisce il Guggenheim Museum, ospitante la collezione privata di pittura moderna della famiglia Guggenheim. La prima idea progettuale si presenta nel 1943 e prende a

riferimento uno 'ziggurat', che vuol rappresentare la forma archetipica della società umana; pensiamo al DNA o alla forma di alcune conchiglie, o ancora alle cellule dei tessuti che hanno anch'essi forma a spirale. L'intento di F. L. Wright (ibid., 45) è quello di edificare uno 'spazio organico' nel quale l'arte non si trovi in un santuario ma piuttosto in un incubatrice artificiale. Anche la visione e la suddivisione degli spazi è assolutamente innovativa: la forma rotatoria obbliga a un percorso discensionale e dilatatorio, ma mentre nel mondo animale la crescita è perpetuamente manifesta da un moto che va dal basso verso l'alto, il visitatore del Guggenheim Museum (ibid., 46) segue un movimento perfettamente contrario che va dall'alto verso il basso; siamo di fronte al primo tentativo in chiave moderna di dinamizzazione del racconto museale.

Un altro esempio di modernizzazione è rintracciabile nel Museo De Menil di Houston (ibid., 52) progettato da Renzo Piano. Le condizioni secondo le quali è nata l'idea progettuale hanno tenuto conto soprattutto di due fattori: l'opera d'arte e la sua conservazione, e il pubblico con le sue necessità fruibili. Partendo da queste premesse Piano ha distinto perfettamente i luoghi di deposito da quelli espositivi e ha tracciato nello spazio dei segni fisici, che rispettassero i tempi delle esposizioni temporali. Il progetto è stato condizionato altresì dalle particolari condizioni climatiche di Houston: molta luce per parecchie ore del giorno e un clima caldo e umido. Fattori che metterebbero a repentaglio qualsiasi oggetto d'arte.

Il progetto si articola sulla 'Stanza del Tesoro' che è ideata per rispondere alla prima funzione del museo quella conservativa. Ma non si tratta di un magazzino, bensì di un luogo altamente specializzato allo studio delle condizioni di preservazione e conservazione dell'oggetto artistico. Le opere vi stazionano circa 10 anni e poi vengono a turnazione esposte per 2- 3 mesi nelle sale aperte al pubblico. Si tratta nella sostanza di un polo tecnologico per l'arte. Il criterio di rotazione prevede che nelle sale intorno vengano esposte all'incirca 200/300 opere al massimo. Comprendiamo che in un museo a così forte vocazione di cura e conservazione dell'opera artistica anche il concetto di fruizione si debba modellare su di esso: infatti lo spazio circostante non è stato pensato come luogo di visite frettolose, nelle quali il visitatore perde la percezione del valore dell'opera, ma come luogo di riflessione e di pace. Lo spazio architettonico scandisce a proposito spazi neutri, privi di orpelli estetici che possano confondere i sensi, a condurre l'utenza è il ritmo delle forme piene e vuote e la sensazione ultima è quella di uno spa-



zio unitario, al cui interno si concreta il senso della creazione artistica in chiave contemporanea. Il rivestimento esterno ribadisce la neutralità interna con assi di legno verniciati di bianco. La luce è determinante in tutto il progetto: viene imbrigliata e sfruttata per accompagnare il visitatore nel suo percorso. La percezione dei colori e dei volumi è esaltata dallo strabiliante artificio architettonico che pone davanti alle grandi pareti a finestra dei pannelli in ferro-cemento ricurvi, che ricordano vagamente le vele di una barca, che a seconda della luce del sole e delle ore del giorno ruotano lentissime e permettono, che all'interno dell'edificio, penetri la luce ottimale alla visione. I raggi vengono allora filtrati e diffusi uniformemente nella galleria, conservando l'effetto naturale sino a tarda sera. La visita allora non è più modulata da una semplice presa in visione dell'opera d'arte ma è intrinsecamente legata alla percezione che da essa promana. Il museo non è più solo luogo di meraviglia ma è esso stesso sistema e polo tecnologico. Inoltre l'interesse sempre maggiore del pubblico per sussidi interpretativi o per visite guidate, sta portando a modificare ulteriormente i criteri espositivi e in questa fase appare determinante l'ausilio di materiali multimediali che favoriscano un 'consumo virtuale' oltreché fisico degli spazi. L'architettura per rispondere a queste esigenze sta mettendo a punto progetti sempre nuovi e sempre più attenti a una fruizione che reinterpreti lo spazio dell'allestimento e che offra al museo l'occasione di una rinascita in chiave contemporanea.

### **2.3 IL MUSEO COME TECNOLOGIA DELLA MEMORIA, DELL'IDENTITÀ E DELL'ALTERITÀ.**

*I musei funzionano, in parte intenzionalmente e in parte contro la loro volontà, come monumenti alla fragilità delle culture, alla decadenza di grandi istituzioni e dimore nobiliari, al tracollo dei rituali, alla scomparsa dei miti, agli effetti distruttivi delle guerre, della trascuratezza e dei dubbi corrosivi.<sup>32</sup>*

In questa lettura la riflessione immediata è quella di un museo rifugio, un museo detentore di verità storiche, di identità perse e riguadagnate. Il ruolo del museo nella costruzione delle identità nazionali e nella conservazione di un passato storico, qualunque esso sia, è in forte ascesa, desta l'interesse di esperti del settore ma anche di curiosi che

---

<sup>32</sup> Greenblatt S., *Risonanza e Meraviglia*, 1995, p. 29.

trovano al Memorial and Museum Auschwitz - Birkenau o nel Museo diffuso Ebraico di Venezia un'occasione di approfondimento di comprensione del passato, oltreché di presa di coscienza e di appartenenza a un certo gruppo etnico, a un certa nazione o a un certo gruppo religioso.

Fig 6: Museo della memoria di Auschwitz,  
[http://en.auschwitz.org.pl/m/index.php?option=com\\_ponygallery&func=detail&id=1170&Itemid=3](http://en.auschwitz.org.pl/m/index.php?option=com_ponygallery&func=detail&id=1170&Itemid=3)



Il museo in questa chiave diviene il luogo delle prospettive rivelate, delle trasformazioni sociali, della ricostruzione e della rappresentazione di un passato collettivo. Il museo amplia la sua vocazione storica, per approdare a una identificazione di appartenenza sociale secondo le regole del dialogo e del confronto della comunità occidentale. Così facendo, non si limita a conservare la storia ma comunica il trascorso, creando coesione sociale. E come sostiene A. L. Tota “il linguaggio museale diviene il codice condiviso entro cui esprimere l’antagonismo” di appartenenza, il conflitto – confronto suscitato dal ricordo personale o mediato” (2002, 81, ss.).

Il museo in questa veste si configura anche come luogo di costruzione delle identità collettive.<sup>33</sup> Cosa succede quando a esempio un’istituzione egemone decide di allestire una mostra su un gruppo minoritario? I rapporti tra musei e comunità minori non sono sempre agevoli, soprattutto se vi sono motivi di conflitto dialogico innescato da accese controversie su questioni politiche.

---

<sup>33</sup> Cfr. saggio di E. Hooper Greehill, *Museum Studies in material culture*, Leicester University Press, Leicester, 1989.

Insomma cosa accade quando opere d'arte esterne alla tradizione della struttura espositiva vengono messe in mostra?

Vi sono almeno due piani di indagine:

1. il conflitto che si inaugura nell'azione viva di allestimento da parte dello stato egemone e quindi dei musei ospitanti la collezione;
2. il conflitto interpretativo che scaturisce nel pubblico, nel confronto tra le proprie origini e i propri tabù e preconcetti con le tradizioni, magari millenarie, appartenenti ad altri popoli.

Per una analisi più approfondita dei conflitti appartenenti alla seconda tipologia rimandiamo al cap.1. Riguardo i conflitti inerenti il ruolo che esercita lo stato egemone, tentiamo di comprendere cosa accade. Oggi in un mondo sempre più globale nel quale le distanze si sono enormemente accorciate i musei si trovano ad affrontare delicate questioni circa la legittimità del ruolo di portavoce delle comunità raccontate e talvolta discriminate. È ovvio che in un'istituzione democratica ciò non dovrebbe accadere, ma può capitare che i nostri preconcetti ci inducano a giudicare, prima di procedere alla fase di allestimento. È allora inevitabile che la traccia espositiva, il *fil rouge* della mostra ne risenta e che con molte o poche ragioni le 'collettività minoritarie' reclamino oggetti di sua appartenenza, tanto più se non sono stati allestiti a 'regola d'arte' (Greenhill H., 2000). I processi di restituzione di oggetti, opere o sculture provenienti da altri paesi allora divengono complessi e molto lunghi.

La riflessione sociologica e psicologica tende a dare maggior enfasi a una promozione della diversità secondo letture neutrali, ma non sempre dove poi riesce l'istituzione, riesce anche la fruizione messa in opera dal pubblico, che non è stato alfabetizzato per accogliere tali tradizioni e diversità. D'altra parte se è vero che la riflessione sui musei come tecnologie dell'identità/diversità ha ispirato moltissimi intellettuali negli ultimi anni<sup>34</sup> è pur vero che la considerazione sui musei, quali potenziali agenti di processo democratico della società tutta, ha rivestito il museo di un nuovo compito e di una nuova missione (Tota A., 2004, 77). Questo argomento è stato affrontato con successo nel Chinatown History Museum di New York, fondato nel 1980, si è posto sin da subito come obiettivo quello di documentare e comunicare l'insediamento cinese a New York

---

<sup>34</sup> Cfr. The nationalism of culture, Hamish Hamilton, London, 1977.

dalle origini ai giorni nostri, realizzando più che uno spazio museale una sorta di Museo sociale dell'identità permanente. Il museo conduce abilmente a riflessioni inerenti l'identità cinese e la sua costruzione sociale nei newyorchesi e nei cinesi che vivono in Cina e che visitano la struttura. Esso è costruito su questa tensione dialogica tra coloro che rappresentano una maggioranza e coloro che rappresentano un gruppo minoritario, con i relativi risvolti a livello politico e sociale.

Fig. 7: *Chinese, All-American*, illustrazione originale su cartone (15 x 22), Museo dei Cinesi in America, donata da A. Kronman al museo cinese, che descrive un episodio della guerra in Korea, a cui James Wong, soldato di guerra americano, prese parte nel 1950, <http://www.mocanyc.org/collections/highlights>



I visitatori medesimi sono parte del museo, poiché vengono intervistati e inseriti nel percorso attraverso le loro affermazioni e riflessioni.

Importante a questo riguardo sono gli studi di Vera Zolberg (1997) sui musei francesi e degli Stati Uniti<sup>35</sup>; le funzioni assegnate al museo sono quelle di promuovere valori culturali, elevando il livello di alfabetizzazione culturale e civile dei cittadini appartenenti allo Stato. L'autrice in questi studi si chiede se effettivamente i musei rispondano positivamente ed efficacemente all'intento ricercato dalle istituzioni pubbliche o se in qualche misura i musei non siano piuttosto delle agenzie di legittimazione delle differenze culturali e sociali di alcune minoranze etniche<sup>36</sup>. Analizzando la situazione contemporanea V. Zolberg sottolinea come il semplice aumento del numero dei visitatori ai musei non sia un vero fattore di democratizzazione culturale; infatti ricalcando le orme

<sup>35</sup> Cfr. Zolberg V., *Constructing a Sociology of art*, Cambridge University Press, Cambridge, 1997; e Lamont, Fournier (edited by), *Barrier or leveller? The case of art museum*, Cambridge University Press, Cambridge, 1992.

<sup>36</sup> Ved. anche Bourdieu P., *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983.

di Di Maggio e Brown, Zolberg dimostra che anche oggi proprio negli Stati Uniti e in Francia, se è vero che si possa parlare di aumento del numero dei visitatori alle mostre, è pur vero che il numero di coloro che sono meno abbienti è sottorappresentato nelle statistiche per museo (ibidem). Quindi aumenta il numero degli appartenenti alle classi colte che frequentano i musei e non sortisce cambiamento quello di coloro che appartengono ad altre classi, che continuano a non visitare il museo come e semmai più di prima. Emerge anche da altri studi (ibidem) che i più abbienti vanno al museo da soli o in compagnia di un'altra persona competente che evitano le folle e cercano di godersi appieno la curatela; le classi intermedie si uniscono ai gruppi e tentano di fagocitare ogni informazione che li possa aiutare a visitare la mostra e a comprendere; le classi operaie non si recano affatto ai musei e non appaiono essere attratti da essi, forse poiché incapaci di decodificare il linguaggio museale, che nemmeno la visita guidata alcune volte riesce a traslitterare negli idiomi della classe meno abbiente. Da interviste ulteriori emerge una inadeguatezza 'all'ambiente mostra' (ibid.), poiché affiora l'incompetenza e dunque il conseguente imbarazzo individuale.

Quasi che il museo fosse una scuola di cultura alla pari degli istituti primari e secondari. Nel senso comune emerge dunque un'immagine non rispondente alla realtà.

La situazione complessiva nella penisola italiana non sembra essere molto dissimile; infatti la prospettiva museale è assai lontana da forme di cultura multietnica e si connota ancora nel senso comune come uno spazio elitario e privilegiato, aperto solo apparentemente a molti<sup>37</sup>. Sarebbe interessante condurre un'analisi su un campione piuttosto ampio della popolazione riguardo questa tematica, ovvero alla costruzione dell'immagine museo nella collettività mediante il senso comune, incrociandola ai fattori geografici e di provenienza culturale, oltreché di appartenenza a fasce di reddito diverse.

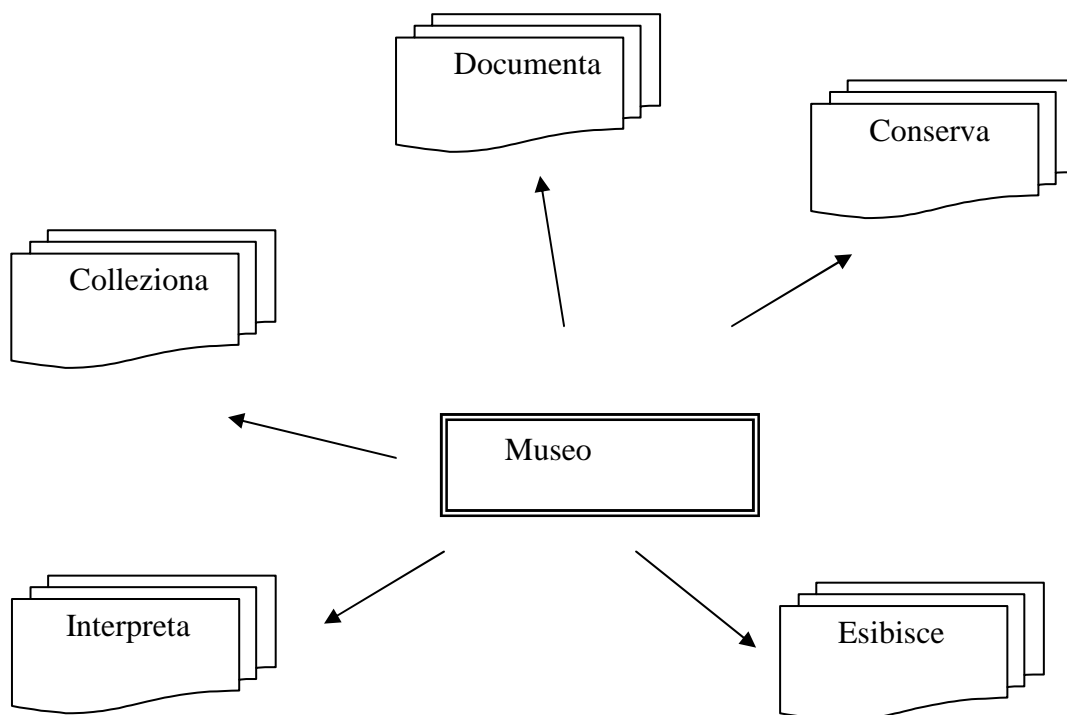
Per uno strano e curioso pregiudizio si pensa che i musei siano un luogo visitato soprattutto dai turisti, una risorsa del mercato dei viaggi, quando invece il museo è prima di tutto un'istituzione pubblica o privata che funge da agente di democratizzazione e da arena del conflitto sociale (Tota, 2002, 54), oltreché rispondere ad altre funzioni che gli

---

<sup>37</sup> Cfr. A.L. Tota, *Sociologie dell'Arte*, Carocci, Roma, 1999

sono state conferite nel corso della sua lunga vita: collezionare, documentare, conservare, mostrare e interpretare<sup>38</sup>

Fig. 8 - Funzioni del Museo secondo la Museum Association



Il museo **colleziona**, ossia raggruppa secondo un criterio prestabilito oggetti congeneri con particolare pregio storico, artistico, scientifico... Può ampliare tale collezione tramite acquisti o donazioni.

Il museo **documenta**, ossia ogni pezzo o oggetto una volta ritenuto degno di interesse scientifico deve essere studiato a fondo e identificato da un punto di vista storico e artistico, oltre che inventariato mediante un numero e una sigla per essere catalogato.

Il museo **conserva**, ossia protegge l'oggetto da fattori di deterioramento naturale e da eventuali furti o danneggiamenti. Inoltre prevede una regolare attività di restauro laddove ve ne sia necessità attraverso i mezzi e gli strumenti più idonei.

Il museo **esibisce**, ossia mostra al pubblico il bene collettivo nella sua forma migliore, offrendo una identificazione storica e artistica quanto più corretta possibile.

Il museo **interpreta**, ossia attraverso l'allestimento, la didattica, le pubblicazioni cerca di spiegare l'oggetto e di ricondurlo alla sua dimensione originaria per permettere al

<sup>38</sup> Queste le funzioni indicate dalla Museum Association, UK.

pubblico la comprensione dello medesimo. Inoltre utilizza e inserisce nei suoi allestimenti una quantità di simboli e segni che permettono anche ai meno esperti di vivere l'oggetto d'arte quale simbolo prototipico facente parte di un universo di particolare significanza.

## 2.4 I MONSTRA

Nel senso comune, la mostra designa l'attività dell' esporre ma gli eventi espositivi sono tali e tanti e di diversa natura che, non è affatto immaginabile pensare di accluderli sotto un unico denominatore. Lo stesso spessore lessicale del termine porta con sé ambiguità e ricchezze verbali; mostrare è imparentato al vocabolo latino *monstrum* che deriva etimologicamente da *monère*; ha a che vedere con l'avvertimento divino, con il prodigio, il miracolo ma anche con una cosa meravigliosa e mostruosa a vedersi a tal punto che suscita stupore in colui che la guarda<sup>39</sup>. Da ciò scaturiscono una serie di riflessioni: la mostra deve o dovrebbe stupire gli astanti; essendo prodigiosa richiede interpretazione per essere disvelata; e ancora essendo la sua natura primigenia, originaria dell'atto divino, ha di per sé un carattere sacro e sovranaturale, che richiede particolari attributi e doti a colui che è chiamato a svelarne il senso e il percorso.

Come suggerisce Polano (2000,18)<sup>40</sup> il senso della mostra traspare attraverso la materialità e il suo apparire altro non è che l'infrazione di un ordine, uno iato nella trasmissione del sapere, infatti chi interpreterà la mostra dovrà parlare come un dio (diceva Eraclito); la mostra – nella Enciclopedia Einaudi – è voce da ascoltare, geroglifico da leggere e immobilizzare in una forma concreta.

La stretta integrazione dei *mostra* con la natura divina ha eretto nei secoli il sapere artistico a forma privilegiata di espressione degli dei e di conseguenza ha investito di sacralità la voce narrante l'evento artistico, producendo quello iato che oggi non riesce a ricondurre il mostrato allo sguardo attonito e spaesato del pubblico, che da secoli è disavvezzo alla pratica interpretativa dell'opera d'arte (ibidem). Il sapere artistico è peraltro piuttosto complesso da comprendere per la sua natura metaforica, poiché si avvale

---

<sup>39</sup> *Monstro* dal latino *mònstrum* = *monès* - *trum*, prodigio, cosa contro natura, che trae direttamente da *mònere*, avvertire: quasi stia per avvertire su qualcosa di superstizioso. Deriv. mostruoso.

<sup>40</sup> Sergio Polano, *Mostrare. L'allestimento in Italia dagli anni venti agli anni ottanta*, 2000, Lybra edizioni, Milano, pag.18.

della sostituzione e del concatenamento tra somiglianza e specularità (ibidem, 43); ma soprattutto un sapere che privilegia quali strumenti della conoscenza l'occhio e lo sguardo, con una radicale tendenza alla supremazia della visione.

Il mostrare è anche atto deliberato nel quale visione e conoscenza sono coniugate in un insegnamento (ibidem, 44), di conseguenza ogni insegnamento dovrebbe essere una mostra di qualcosa, un esempio pratico. In tale accezione la mostra avrebbe valore pedagogico e si delineerebbe quale fenomeno comunicativo chiuso, ossia un parlante con qualità pedagogiche, un oggetto creativo con finalità trasmissive particolarmente pregnanti e un individuo che non è a conoscenza e si trova nella condizione di imparare, un destinatario al quale la comunicazione deve adattarsi, compenetrando le sue abitudini e il suo linguaggio quotidiano, per guidare alla vita. Il mostrare trascende cose ed eventi, per apparire nel come e nel perché si mostra qualcosa, per offrirne una logica di senso e produrne una qualche valenza pedagogica. In tal caso l'atto del mostrare appare quale un'azione liberamente coniugata all'insegnamento; diviene processo, esperienza estetica e sensibile; diviene atteggiamento empirico che fu proprio dei padri dell'illuminismo scientifico e del secolo della ragione (ibidem, 45). Ma anche in questa accezione il mostrato deriverebbe da un atto carico di significati particolarmente importanti che solo un esperto può trasmettere correttamente. Perciò, anche secondo questa linea di pensiero l'individuo che è interprete della decodifica dell'oggetto d'arte è investito di un'aura di sacralità pedagogica, alla quale non si può fornire risposta: *dictat aureo* che rimane inviolato e inviolabile causa la sua origine divina (ibid.).

Il mostrare e il produrre eventi, però dovrebbero mettere in atto una logica altra che porti alla riflessione profonda sul mondo e sulla figura umana che lo vive e lo popola. Marras<sup>41</sup> ci aiuta in questa direzione, istruendoci alla nozione di mostra come a un nuovo modo di trasmettere e diffondere la conoscenza, disegnando relazioni, contesti e prospettive nuove sul sapere. Ma anche Marras non è immune almeno da una critica: non è forse piuttosto il sapere a rimanere identico e la modalità del comunicare attraverso immagini, atti e linguaggi a cambiare? Soprattutto di fronte a tele assai antiche o ad affreschi, sui quali tutto o quasi tutto è già stato detto? In sostanza la materia da indagare e diffondere non è sempre la medesima, e semmai non è l'interpretazione che l'uomo ne dà, a cambiare? Ma cerchiamo di concentrarci sul significato delle parole reiterate nella

---

<sup>41</sup> Marras N., *Breviario Strumentale*, in Polano S, *Mostrare*, 2000.



nostra indagine, ovvero ‘mostra’ e ‘allestimento’, nonché sulle sfumature lessicali che queste assumono.

Non troppo distante da tali considerazioni è l’altro lessema che spesso sostituisce in qualità sinonimale la parola mostra, ossia *allestimento*. L’allestimento rimane un processo piuttosto confuso nella pratica tra il processo e il prodotto: si allestiscono mostre ma anche fiere, eventi, liriche cinematografiche e altri generi.

Nella lingua francese l’allestimento è una *exposition* (esposizione di qualcosa); in quella tedesca è *ausstellung* (dare forma a qualcosa in modo molto approssimativo porta con sé un valore negativo, che non è rintracciabile nella matrice latina); in quella inglese è *exhibition* o *show* (esibizione con una particolare enfasi data alla vita pratica come vuole la tradizione anglosassone, quindi esibizione di qualcosa di molto concreto). Tenuto conto delle varie eccezioni dei due termini che si alternano e si sostituiscono nella grammatica dei pensieri, occorre in questa sede riflettere sulla totale mancanza di studi sull’arte del mostrare, sulla retorica connessa all’esposizioni che sempre più numerose si offrono ai viaggiatori indefessi, che ogni giorno visitano altri Paesi e si recano nei musei, per prendere coscienza di altre culture. Se si pensa alla numerose iniziative artistiche legate al mondo delle mostre e alla produzione qualitativa-culturale e quantitativa-economica che si originano da queste, occorrerebbe allora uno studio più dettagliato su quella che da secoli è una delle attività umane, maggiormente apprezzate dalle collettività.

A una maggiore prevalenza di esposizioni dovrebbe accompagnarsi anche una più attenta consapevolezza di cosa esse significhino realmente, per chi le allestisce e per chi le visita. Occorrerebbe un equilibrio tra il dato quantitativo e quello qualitativo sull’atto del comunicare il mostrato, affinché l’uno non prevarichi sull’altro e si rischi di mettere in mostra un vaniloquio di falsità culturali e di inutili sensazionalismi, cosa che non raramente capita di vedere (ibidem, 52). Occorrerebbe comprendere più a fondo cosa vuol dire effettivamente mostrare e come si comunica l’esperienza dell’allestimento, scegliendo nuove strade di interpretazione e di dialogo, per restituire al pubblico ciò che al pubblico appartiene, ossia il senso e il significato del manufatto artistico. “Appare illusoria l’ipotesi di una equivalenza spicciola tra mostra e comunicazione, che presuppone l’egemonia puramente tecnica del comunicare sull’esibire: il dominio di varie tecniche è condizione probabilmente necessaria ma certo non sufficiente per ‘mostare’. D’altra

parte parrebbe lecito togliere legittimità alle concezioni che fanno dell'allestimento una specie di 'forma ideale', un oggetto concluso a priori, capace di risolvere in sé gli oggetti da esporre, trasfigurato deposito sovrasignificante di cose ( ibidem,19).

Se procediamo, seguendo il suggerimento di Polano, a togliere voce a un puro, quanto infertile esercizio retorico del raccontare la mostra, ma anche a dissacrare l'atto di decodifica di un'esposizione conchiusa aprioristicamente, quasi fosse un monologo; cosa ci rimane? Per quale tipo di dialogo dobbiamo propendere, affinché si effettui quel naturale riavvicinamento all'arte contemporanea e una più larga adesione alle mostre, che sono ancora luogo elitario del sapere?

Potrebbe essere interessante a questo riguardo l'intuizione di Anceschi<sup>42</sup>, il quale parla della 'esibizione' come di una protesi culturale che permette all'osservatore di divenirne il fruitore, quando si accorge effettivamente che quella protesi gli dona qualcosa, lo riconduce alle sue origini culturali, o semplicemente a una maggiore conoscenza pratica di una data cultura (Anceschi, 1998). Per meglio comprendere il significato di questo parallelismo possiamo portare a esempio gli occhiali in quanto oggetti appartenenti al quotidiano, che di fatto sono una protesi che ci permette di arginare i difetti della vista. Quindi la mostra come una protesi dovrebbe poter far vedere lontano o vedere meglio. Questa interpretazione dell'esibizione artistica è molto interessante, poiché si allontana dalle teorie classiche che accostano all'atto del mostrare una qualche origine sacra e necessitano di un interprete; si allontana, altresì da visioni più vicine a noi che attribuiscono alle mostre un qualche valore pedagogico, presupponendo un *supra* e un *sub*, un *superior* e un *inferior*, un *maior* e un *minus* e che designano nel critico d'arte, nel conservatore e nell'ideatore della mostra l'individuo che è a disposizione del pubblico per creare 'protesi ad hoc': una visione assolutamente democratica di fruizione artistica, che ridona all'arte contemporanea quel carattere popolare di cui ha tanto goduto.

In linea di principio il pubblico non dovrebbe essere in grado di percepire le distinte operazioni: ideative, scientifiche, progettuali, strategiche e tecniche che convergono tutte nel mettere in 'mostra'; ma è pur vero che uno spettatore sprovveduto, si rende conto ben in fretta che dietro all'allestimento vi è sempre un mediato temporaneo tra luogo e oggetto esposto. Accettando la semplificata schematicità di questa proposta interpretati-

---

<sup>42</sup> Anceschi Giovanni, fondatore dell'arte cinetica, attivo a Milano negli anni Sessanta, collaborò con Manzoni, Fontana e Baj. Vedi Monogrammi e figure, La casa Usher, Firenze, 1988.

va, giungiamo a risolvere l'esposizione in una triade, che per quanto differenziata nel tempo e nei luoghi, si compone sempre di un pubblico, un luogo e un oggetto d'arte (Polano, 2000, 22). Se l'accento cade sul luogo, questo dovrà essere particolarmente evocativo e la sua struttura fisica permeerà l'allestimento a precise soluzioni espositive; se l'accento verrà posto sulle cose allora la creatività naturalmente connessa ad esse configurerà l'allestimento all'insegna dell'*inventio*, se l'accento cadrà invece sul pubblico (scelta assai rara) allora l'esposizione avrà valenza didattico - didascalica con molte attività in esterno e in laboratori ad hoc (ibidem).

Queste considerazioni ci spingono più oltre, ci conducono a discorrere del rapporto che l'oggetto intrattiene con il suo pubblico. Gli oggetti parlano lingue che non necessitano di traduzioni ma consentono solo 'ambigue connessioni sintetiche' (Marras, 2000, 44) di rivelazione dei significati, poiché essi si muovono nel campo dell'esperienza sensibile e, dunque, ribadiscono il semplice legame che l'uomo intrattiene con essi tramite dei simbolismi dal carattere fascinatore, permeando la concretezza materiale di una profusa idea del bello; pertanto inaugurano un linguaggio al di là delle lingue, al di là dei particolarismi locali e delle differenze nazionali, danno vita a un linguaggio veramente universale. Ma quali sono gli strumenti di cui si avvalgono gli oggetti d'arte per catturare l'attenzione di pubblici assai diversi e ampi? Quali sono le dinamiche che attraggono il pensiero individuale all'ammirazione quasi accondiscendente del bello artistico? Premesso che la risposta richiederebbe un excursus di maggiore respiro<sup>43</sup>, possiamo già in questa sede delineare almeno tre figure retoriche su cui poggia l'accattivante attrazione del bello:

- analogia: capacità di alludere a un altro ordine spaziale e figurativo;
- allusione: muove verso l'oggetto mantenendo una certa distanza da esso, girandovi attorno e creando una sottile aurea di magico e sacro nel contempo;
- illusione: entra ed esce dall'oggetto, estende la sua natura evocativa, mette in luce solo alcune parti di esso (ibidem, 48).

Tenuti presenti questi artifici linguistico - espressivi e fatto uso di molti altri strumenti retorici, allestire diviene in questa chiave un processo per cui occorre cercare e selezionare negli altri linguaggi forme espressive analoghe o che in qualche misura si

---

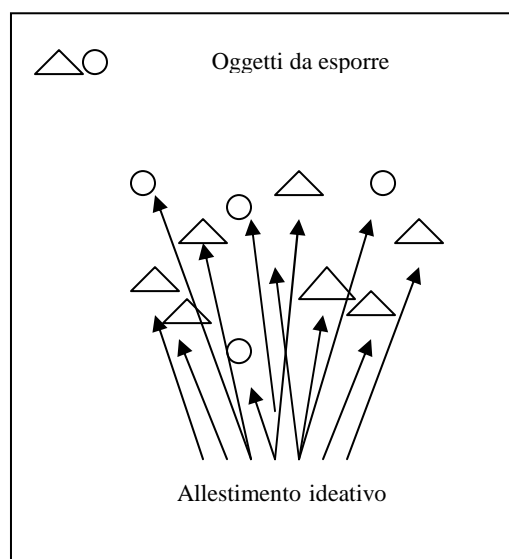
<sup>43</sup> A questo proposito ved. anche Zecchi S., *Capire l'arte*, Mondadori, 2000.

possano mettere in relazione con l'oggetto esposto (ibidem). Ciò che trasforma allora un oggetto d'arte in un evento o in una mostra è la relazione che esso intrattiene con altri linguaggi, attraverso forme metaforiche di pensiero. La sua capacità evocativa e comunicativa è tanto più forte, quanto più in grado di costruire una sorta di linguaggio nuovo, secondo un sistema di linguaggi a induzione circolare; il rapporto di ogni parte col tutto, ossia il sistema, produrrà un qualsiasi cambiamento, modificando la percezione dell'oggetto nei suoi pubblici (ibid., 50). L'interazione tra oggetto mostrato e utente non può che originare una comunicazione. Quindi, immaginando di dover allestire una mostra, ci troveremo coinvolti in almeno due fasi distinte:

- 1) creazione ideativa della mostra;
- 2) allestimento vero e proprio<sup>44</sup>

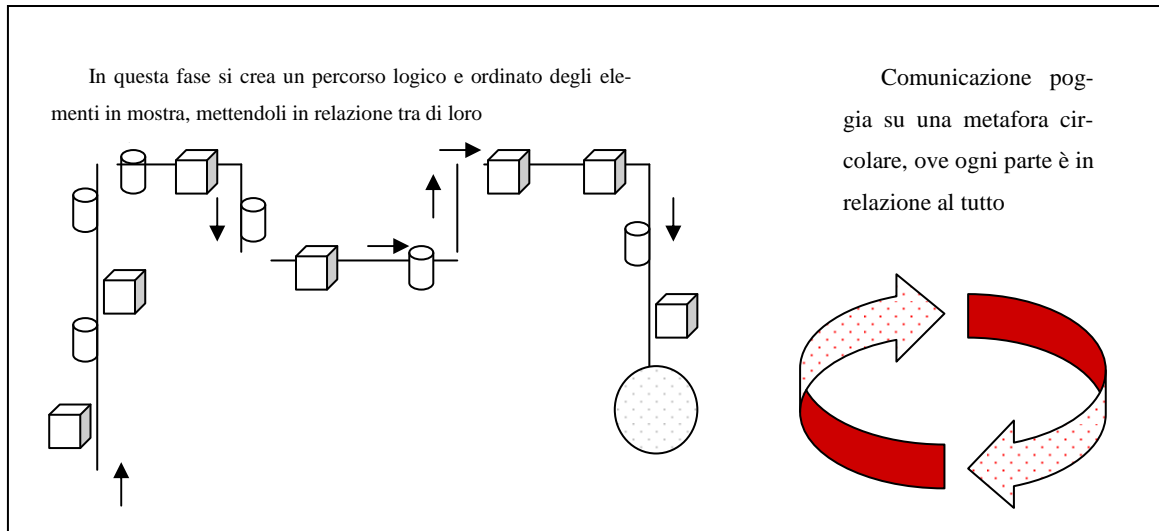
Nella prima fase le idee si accavalleranno le une alle altre e gli esiti sembreranno essere in taluni casi anche accattivanti. A questa fase di pura creatività seguirà una fase di vaglio delle possibili difficoltà che poi, come spesso capita, si moltiplicheranno nella seconda fase, ossia quella di progettazione vera e propria dell'allestimento.

Fig. 9 - FASE 1) Idea di mostra



<sup>44</sup> Cfr. Pierparide Vidari, L'immagine naturale in Polano S., *Mostrare*, 2000, pa.57.

Fig. 10 - FASE 2) Allestimento della Mostra



Il risultato che è molto in voga tra alcuni curatori è quello dell'*inventio poetica*, per dirla con le parole di Auerbach, che poggia più che su precisi e scientifici sistemi di allestimento, sulla libera associazione di idee attraverso lo strumento metaforico dell'*inventio aristotelica*.

## 2.5 TASSONOMIE INTERPRETATIVE PER LA COMUNICAZIONE MUSEALE

### 2.5.1 L'allestimento: gli spazi, le luci, i materiali e la scienza

Il punto di partenza di un allestimento è la collezione, la sua natura e la sua storia, oltre che gli spazi che a essa sono predestinati. Il punto di arrivo è quello di rendere espressivo un sistema segnico - linguistico, secondo un progetto d'unità, che altrimenti organizzato produrrebbe significati diversi oppure potrebbe non raggiungere affatto una qualsivoglia comunicazione (Gavazzoli, 2003).

Le responsabilità maggiori ricadono sul museologo<sup>32</sup> ma anche sul conservatore e sul direttore del museo, non dimentichiamo però che anche il museografo<sup>33</sup>, negli ultimi anni, ha potuto influire positivamente o negativamente sull'esposizione temporanea di sulla monografica di qualche autore. L'uno e l'altro dovranno coordinarsi nei lavori di allestimento. Mentre il compito del primo sarà dettato dall'immaginazione e dalla capacità di previsione dei tempi del percorso, nonché dei tempi di sosta, attesa o pausa al bar interno al museo, meditando accenti e pause, come in un testo scritto per dare corposità al suo dialogo e provvedere alla 'fluidità del discorso'; l'altro dovrà, coordinandosi con il primo, rispondere alle attese suggestioni che i materiali sprigionano, quando 'sposano' gli ambienti. Immaginando che alcune scenografie interne favoriscano più di altre riflessione, oppure contemplazione pura (ibidem, 1 ss.).

Il museo si allestisce per tutti ma all'interno di esso, alcuni percorsi si adeguano maggiormente a certe fasce di età o a certe tipologie di pubblico, perciò il macro allestimento dovrà rispondere alle diverse esigenze dell'utenza, come pure il micro allestimento alle diverse fasce di cultura (ibid., 101).

Il macro allestimento dà concretezza progettuale all'immaginazione del museologo, colloca le opere lungo le pareti concretamente e attraverso disegni in scala mostra la scenografia, da volume agli spazi e alterna sapientemente pieni e vuoti fisici; risponde a esigenze estetiche macroscopiche.

---

<sup>32</sup> Il museologo ha il compito di ordinare i pezzi e di organizzarli secondo una determinata lettura critica della produzione nel suo complesso, offrendo un'occasione di riflessione sull'autore o sul periodo oggetto di studio.

<sup>33</sup> Il museografo è l'architetto che deve rispondere a esigenze narrative da un lato ed estetiche dall'altro, coniugando la natura del luogo espositivo come quella degli oggetti esposti.

Il micro allestimento, invece segue l'oggetto nella sua vetrina, lo posiziona in una certa luce e in un certo punto; scandisce dettagliatamente la narrazione visiva.

Per la buona parte dei musei italiani il micro allestimento risponde piuttosto a esigenze narrative, storico, contenutistiche senza, qualche volta chiarire l'uso dell'oggetto e la sua funzione simbolica o antropologica attraverso un linguaggio ricolmo di tecnicismi, invece il micro allestimento dovrebbe rispondere a esigenze di apprendimento didattico e di orientamento, oltretutto a esigenze di sintesi dei significati (ibid., 102-103). In questo caso l'azione dell'architetto diviene molto delicata e complessa e occorre un alto grado di creatività, per organizzare bene il discorso espositivo senza che la scenografia prevarichi i contenuti.

Indipendentemente dal tipo di mostra che si vuole allestire, ogni museo dovrebbe poter avere a sua disposizione spazi o zone dedicate al vagabondare lento e prossemico tra una stanza e l'altra, con punti di relax e riflessione, zone adibite, all'accoglienza, al ristoro, all'approfondimento attraverso tecnologie avanzate, alla lettura in completo silenzio, allo scambio di percezioni ed emozioni. Queste funzioni degli spazi devono talora essere assolutamente separate, come la zona di studio da quella di scambio delle opinioni, ma altre debbono potersi intrecciare quasi impercettibilmente le une con le altre, sino a che il risultato della visita sia un momento di ricchezza personale intellettuale e di relazione sociale<sup>45</sup>.

Nel 1980 Francesco Minissi elaborò uno schema dei luoghi preposti a certi compiti all'interno dei musei, e in quegli anni le idee di Minissi risultarono assolutamente innovative nella gestione degli spazi interni al museo, anche se ancor oggi le regole da lui proposte rimangono per lo più inapplicate.

Gli obiettivi erano:

- rivalutare le esigenze e le richieste spesso sottaciute del pubblico;
- impostare i musei come laboratori conservativi e di restauro, luoghi di ricerca con funzioni preponderanti nella gestione educativa del pubblico;
- ipotizzare più percorsi all'interno dello stesso allestimento per attrarre più pubblico;
- incrementare i servizi all'accoglienza e all'informazione.

---

<sup>45</sup> Cfr. Gavazzoli M.L.T., *Manuale di museologia*, Etas, 2003.

Esempi di questo tipo mancano tuttavia in Italia anche laddove sarebbe semplice applicarli, per la presenza di spazi ampi inutilizzati che potrebbero essere dedicati ad aree di servizio al pubblico.

Le componenti museografiche da non trascurare mai, nemmeno nel caso di piccoli spazi, sono quelli della luce, del senso del circuito, degli allestimenti alle pareti, dei materiali costruttivi in genere che si decide di adottare. Tutto da senso alla narritività dei mostra (ibid., 106).

Occorre che siano ipotizzabili dei margini di libertà di movimento nell'organizzazione del percorso, così come di margini di libertà in fatto di tempo. Il più antico schema che conosciamo a proposito è quello planimetrico, ossia quello che si sviluppa linearmente sul lato lungo di un salone rettangolare, magari anche su due piani, ma sempre utilizzando lo spazio in modo diretto e immediato., mostrando all'utenza la totalità degli oggetti a colpo d'occhio.

Solo piuttosto recentemente si è compreso che poteva essere noioso questo schema e si sono sperimentati percorsi sinusoidali o a zig-zag o su più piani o ancora adottando spazi a forma circolari o a forma elicoidale.

Fig. 11a e 11 b: Scala interna ed esterna dei Musei Vaticani, Roma, Giuseppe Momo, 1932,  
<http://www.panoramio.com/photo/501725> e <http://www.unblogindue.it/?p=101>







Fig. 12: Castello Sforzesco, Sezione Egizia, [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fc/1802 - Milano - Museo egizio - Coperchio sarcof. di Pa-di-Khonsu %2822-24 din.%29 - Foto Giovanni Dall%27Orto - 14-Feb-2008.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fc/1802_Milano_-_Museo_egizio_-_Coperchio_sarcof._di_Pa-di-Khonsu_%2822-24_din.%29_-_Foto_Giovanni_Dall%27Orto_-_14-Feb-2008.jpg)



Un altro elemento fondamentale da esaminare è quello della superficie espositiva per quantità, qualità, colore, esposizione alla luce naturale o alle tinte umbratili; una delle problematiche più comuni legate alla superficie è quella di ampliamento o qualche volta di riduzione. Può capitare infatti che la superficie a nostra disposizione non sia sufficiente alla quantità di quadri che si intende esporre, la soluzione più comoda oggi adottata è quella della moltiplicazione dello spazio tramite e pannelli mobili divisori, cosicché finita l'esposizione si possano rimuovere. Se è vero che un Palazzo d'epoca ci costringe a tenere conto dei suoi spazi squadrati e reiterativi, è pur vero che un palazzo d'epoca dona alla nostra esposizione un'aura di eternità, rintracciabile nell'atmosfera delle decorazioni ai soffitti, alle sovrapporte e dona altresì fascino se accompagna con vedute di parchi, giardini o giochi d'acqua. Pensiamo alle tappezzerie di palazzo Pitti oppure a

quelle della Galleria borghese è immediato il senso di immanenza storica e di rintracciabilità e certezza delle origini che lega il museo al territorio e contribuisce alla costruzione di un senso di appartenenza molto più, forse, che una mostra etnografica. In ogni caso, se il mutare delle teorie estetiche condiziona gli allestimenti, e i palazzi e le ville ci costringono a scelte formali obbligate, è pur vero che bastano dei sapienti accorgimenti e l'aiuto di materiali nuovi e più flessibili nell'uso, per creare mostre di successo in luoghi che meno permettono alla fantasia rispetto ai moderni musei americani.

Tra gli allestimenti che ci possono aiutare a creare un impianto scenico d'effetto anoveriamo le luci, esse costruiscono gli spazi e ne scandiscono i ritmi, ma ancor più contribuiscono all'apposizione degli accenti nel discorso che si vuole instaurare con il pubblico (ibid., 104).

*“L'illuminazione di un oggetto è un'operazione di critica azione”* (ibid, 106), una operazione che solo un museologo o un conservatore con molta esperienza può trattare con tranquillità, quella tranquillità che gli deriva dall'esperienza pratica di conoscenza dei toni di colore, delle sfumature, delle presenze umbratili che possono arricchire o 'danneggiare' la stupefacente bellezza dipinta sulla tela. A contribuire all'esaltazione dei volumi di una veste, di un drappaggio o all'amplificazione di un gesto o di un simbolo 'stampato' sulla tela vi sono i materiali costruttivi sintetici o in acciaio o in leghe che possono rendere neutro un ambiente, come il riallestimento della sezione egizia al Castello Sforzesco, ove si sfruttano queste caratteristiche che mettono in risalto la cromia coloristica dei sarcofagi (fig. 12). Qui l'allestimento quasi sparisce per dar spazio a un dialogo diretto con manufatti.

Un altro elemento è quello delle distanze tra gli oggetti e all'interno delle teche; sappiamo che l'angolo ottimale è di 37-40° rispetto all'occhio del visitatore, ma altresì non sempre è possibile rispettare questi suggerimenti tecnici che Simon Knell ci offre, alcune volte occorre optare per esposizioni su più piani completamente in verticale oppure esposizioni per tipologia di grandezza crescente o decrescente su un piano completamente orizzontale. Una delle problematiche più consuete con la luce è quella dei raggi ultravioletti che a lungo danneggiano le opere. Ogni museo dovrebbe avere un rilevatore di raggi e studiare opportunamente l'esposizione per la buona conservazione dei beni artistici. È possibile proteggere le opere d'arte con filtri ultravioletti da applicarsi all'interno delle finestre, che però presentano nel tempo sostanziali problemi, ossia ten-

dono a deteriorarsi dopo qualche anno e il risultato è piuttosto antiestetico; vi sono in commercio anche delle pellicole adesive (Melinex) che però si sono rilevate poco efficaci nell'assorbire i raggi UV. Un prolungato gusto per il puro conservatorio ha mantenuto nelle teche sino all'Ottocento oggetti con le loro custodie originarie, poi a partire dagli anni Sessanta vennero considerati un prolungamento sovrabbondante, perciò rimossi, ciò purtroppo, ha prodotto un grande danno, poiché si sono inevitabilmente persi passe-partout, astucci, custodie di strumenti, che invece appartengono di diritto all'oggetto. Solo con un attento sviluppo dei musei etnografici e con una maggiore consapevolezza dei museologi e dei museografi ci si è resi conto dell'importanza di una ricostruzione dell'oggetto il più possibile aderente al 'vero storico'; negli ultimi anni gli studi sulle collezioni sono diventati più seri e scrupolosi e le tecniche di allestimento il più conservative e ricostruttive possibili.

Un altro elemento da non trascurare sono le appenderie e i supporti in genere; il modo in cui gli oggetti sono fissati ai muri o a supporti che li sostituiscano può rappresentare un delicato problema non solo dal punto di vista estetico ma anche dal punto di vista della sicurezza. L'esigenza di stabilità dei quadri o di altri manufatti è legata alla loro forma, ma anche in questo caso la tecnologia ci ha fornito di supporti in acciaio assai sicuri. Tenendo presente il dato estetico non si deve cadere nell'errore di non tenere conto della natura dell'oggetto da esporre, perciò tanto più il supporto sarà discreto, tanto più la visione dell'oggetto sarà espressione libera; i supporti non devono appesantire o modificare in alcun modo il senso degli oggetti.

Prendendo a riferimento i materiali, quindi la sicurezza nei musei, occorre ricordare che molti materiali contribuiscono al degrado delle opere d'arte perché creano gas volatili che producono a loro volta acidi e formaldeide. Ogni materiale presenta alcune controindicazioni: a esempio il legno rilascia nel tempo una quantità importante di acidi, di alcool e di formaldeide. Gli adesivi pure rilasciano gas nocivi, che provengono dalle colle e causano una lentissima corrosione dei metalli, inoltre sono anche controindicati nel caso di un'utenza infantile. I laminati plastici potrebbero rappresentare dei buoni supporti ma non ci sono al momento studi certi sulle loro conseguenze, l'industria afferma che i prodotti siano assolutamente inerti e che prevengano la dispersione di gas volatili tossici, ma a oggi nessuno studio lo conferma.

Come si può notare al di là del dato puramente estetico anche quello della sicurezza e della salute è prioritario, perciò occorre, nel momento in cui si allestisce una mostra, tanto più se la sua temporaneità sarà diluita in più mesi e prevederà un suo rialloggiamento in altri siti museali, tener conto di questi fattori e collaborare con museografi che conoscano non solo i materiali con i loro pregi estetici ma anche i materiali da un punto di vista chimico.

Non dimentichiamo nemmeno gli impianti tecnologici che rappresentano una difficoltà non indifferente, in quanto spesso occorre predisporli in palazzi d'epoca che naturalmente sono sottoposti a ristretti vincoli ambientali: nel nostro Paese questa è una delle difficoltà principali con cui ci si deve confrontare quotidianamente.<sup>46</sup>

Tra le priorità quando si allestisce una mostra c'è anche l'aspetto di attesa del pubblico, ossia l'accoglienza. Negli ultimi anni il pubblico ha assunto un ruolo determinante nella garanzia di successo o insuccesso di un allestimento, e sappiamo quanto il primo impatto sia decisivo, pertanto l'ingresso dovrebbe in qualche misura preludere ai contenuti e immergere nell'atmosfera; l'atrio è una vetrina che offre nell'immediato il senso della gestione e della curatela della mostra, ma può anche svolgere un ruolo più generico di diffusione delle informazioni. Può essere, come nel caso del museo archeologico di Milano, anche il luogo ove porre cartine, mappe, planimetrie, modellini che raccontino la storia del museo.

I materiali si dovrebbero organizzare nel migliore di modi e il messaggio visivo si dovrebbe comporre piano piano un quadro dopo altro, un oggetto dopo l'altro, e il *fil-rouge* snodarsi attraverso le sale, secondo criteri storici, autobiografici, narrativo - didattici, o geografici o misti. Risulta apprezzabilissimo l'allestimento di Palazzo Bagatti - Valsecchi, rispettoso della rappresentazione ottocentesca di una casa-museo.

Indipendentemente che si tratti di una mostra temporanea o di una mostra permanente la scelta del criterio espositivo è ancora un punto nevralgico e uno dei momenti cruciali nella vita di un museo.

Sino all'Ottocento si adoperava un criterio che voleva essere quello della ricostruzione degli ambienti quotidiani del gusto, dei costumi sia per le collezioni a carattere antropologico che per quelle artistico vero e proprio. Dagli anni Quaranta e Cinquanta ab-

---

<sup>46</sup> Per ulteriori approfondimenti sulla sicurezza nei musei ved. *Care of Collection*, (a cura di) Knell S., Leicester, London, 2001.

biamo assistito al rinnovamento dei musei, che ha consistito nella trasformazione di scenografie di impianto ottocentesco in luoghi meno evocativi, più neutri e con meno oggetti d'arte esposti. Oggi si tende al minimalismo nei materiali e nelle sale, che spesso paiono prive di qualsiasi riferimento al contesto da cui è stato prelevato il manufatto. Si prediligono materiali come le plastiche, i vetri e metalli in genere, che se da un lato sembrano un po' freddi dall'altro garantiscono la sicurezza delle collezioni e instaurano un dialogo assolutamente libero e privo di 'orpelli semantici' con il visitatore.

Vi sono, poi, gli spazi per i depositi, per le attività di laboratorio e le attività di approfondimento a carattere seminariale per gli appassionati o gli addetti del settore. In alcuni casi a questi spazi vi si aggiungono i laboratori di restauro preventivo e conservativo<sup>47</sup>, ma questo è un indirizzo per lo più di stampo americano e anglosassone, poiché in Italia le scuole di restauro sono perlopiù distaccate dai complessi museali, per ragioni differenti prime fra tutte quelle di spazio fisico mancante e poi per la strumentazione, che ha costi assolutamente onerosi. Alcuni musei inoltre fanno dei laboratori di restauro un momento didattico, basti pensare alla 'Treasure House' del De Menil di Houston, che è chiusa al pubblico ma è aperta agli studenti d'arte con laboratori ad hoc.

---

<sup>47</sup> I laboratori preventivi hanno il compito di controllare le opere d'arte e monitorare eventuali presenze di muffe o batteri che le potrebbero danneggiare, si occupano della diagnosi e dei trattamenti più comuni inerenti la pulitura e conservazione delle opere; i laboratori di restauro conservativo si occupano di riportare l'opera allo splendore originario con interventi mirati e complessi che utilizzano strumentazioni tecnologiche avanzate, come nel caso del laboratorio dell'Accademia di Brera in Milano.

### **3 CAPITOLO TERZO**

#### **LA COMUNICAZIONE DELL'OGGETTO ARTISTICO: I SERVIZI DIDATTICI MUSEALI**

Dopo aver passato in rassegna le più conosciute teorie, riguardanti la fruizione del bene artistico o architettonico, e aver esemplificato i modelli espositivi, attraverso i quali le istituzioni pubbliche o private ricorrono o sono ricorse negli anni, per allestire mostre o esporre oggetti d'arte; occorre ora, esplorare il territorio della fruizione del bene artistico o architettonico un po' più da vicino, nella fattispecie è necessario prendere in esame le modalità attraverso le quali generalmente si opera per creare una relazione tra pubblico e arte. Ovviamente, l'arte può essere fruita in una miriade di modalità, a esempio quella clinica, oppure per esplorare l'ambito psico-motorio, o ancora per indagare gli aspetti salienti della personalità di un individuo, o altrimenti per individuare gli ambiti percettivi (vista, tatto, olfatto, gusto) che sono stati esaminati a più riprese dalla scuola gestaltica, o ancora semplicemente individuare e isolare alcuni aspetti tipici del periodo artistico studiato. Ma questo non è lo scopo della nostra ricerca né è tantomeno questa la sede più consona a indagare l'ambito 'clinico', che ovviamente porrebbe concrete difficoltà all'indagine in corso, vuoi per la mia diversa origine culturale, più legata alle scienze umane; vuoi perché il nostro obiettivo è comprendere la fruizione dell'oggetto d'arte, i comportamenti del pubblico, sia esso adulto o in età scolare, e i modelli di consumo, oggi presenti nei nostri musei, senza dimenticare l'aspetto massmediale e tecnologico, che ormai imperversa in tutti i settori della comunicazione e dell'informazione in genere.

Pertanto scegliendo la via del pragmatismo: procedo all'analisi della fruizione artistica, riconoscendo che avremmo potuto indagare molti ambiti ma che ovviamente ci soffermeremo solo su alcuni, quelli più utili alla nostra esplorazione scientifica. Mi riferisco con ciò alla fruizione artistica più classica, che tutti conosciamo per esperienze dirette o indirette, ossia quella dei laboratori museali, che da un lato propone le tematiche della didattica e della metodologia museale, e dall'altro implica problemi di apprendimento e riflessioni sul ruolo del museo nel territorio di pertinenza; e all'esperienza diretta del godimento che porta con sé l'arte, che tutti almeno una volta abbiamo sperimentato di fronte a un'opera artistica.

Il nostro tentativo è dunque quello di indagare la natura della fruizione in sé, e di esplorare l'atto della conoscenza, mediante l'osservazione dei partecipanti, ma per questo rimando al capitolo che segue.

Prima di procedere sullo stato delle cose, mi si conceda qualche puntualizzazione di natura legislativa, e alcune indicazioni offerte dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca in materia di 'didattica museale', se non altro per inquadrare più approfonditamente il fenomeno assai recente dei servizi educativi in ambito museale.

*“In Italia l'istituzione delle sezioni didattiche dei musei (1970), il trasferimento alle Regioni a statuto ordinario delle funzioni amministrative in materia di musei locali o di interesse (1972), l'attuazione del Decreti delegati (1974) che riguardano l'istruzione e il riordinamento di organi collegiali della scuola materna, secondaria e artistica, l'istituzione del Ministero per i Beni Culturali e Ambientali (1974) [...] avviano un estenuante dibattito su centralismo e decentramento”* (De Carli, 2003) che avrà come esito quello di polarizzare i concetti di 'tutela' e di 'valorizzazione'. Lo stesso International Council of Museum (ICOM) pone come centrale la questione dell'educazione museale nel 1971.

Si verificherà una situazione dicotomica, per cui da un lato si vedranno i musei sperimentare il più possibile, a volte anche a fronte di pochissimi mezzi finanziari, e dall'altro musei che si chiuderanno in se stessi, quali realtà autonome e sempre più lontane dalla cittadinanza, luoghi per pochissimi cultori della materia con l'obiettivo del perseguimento della tutela a tutti i costi. Tale angusta antinomia purtroppo non stimolerà sperimentazioni in materia di fruizione artistica, tese a produrre qualità scientifica e tantomeno renderà possibile l'archiviazione e la circolazione dei risultati, tanto da costituire un 'thesaurus' a disposizione di tutti: direi che le sezioni didattiche dei musei procederanno un po' a livello emotivo e un po' a livello di richiesta istituzionale. Fanno eccezione le numerose sperimentazioni degli Uffizi di Firenze, condotta da Maria Fossati Todorow<sup>48</sup>, quelle del Laboratorio del Loggiato di Brera a Milano, diretto da Renate Eco<sup>49</sup> o ancora le esperienze di Della Pergola alla Galleria Borghese di Roma<sup>50</sup>, annove-

---

<sup>48</sup> Oltre a lavorare agli Uffizi la Todorow si è prodigata alla costituzione di un Centro di documentazione di pubblicazioni specialistiche di educazione all'immagine e didattica museale.

<sup>49</sup> R.Eco tenta mediante la formula del 'ricettario artistico' di sintetizzare la sua didattica in un manuale dal titolo *A Scuola col museo, Guida alla didattica artistica*, Bompiani, Milano, 1986.

riamo anche il Poldi Pezzoli per il suo impegno a tematizzare i percorsi e a proporli ai ragazzi delle scuole primarie negli anni Settanta.

È altresì vero che tutte le sperimentazioni prodotte nei musei rimangono legate all'istituzione che le ha sovvenzionate e non circolano sul territorio nazionale, producendo anche delle eccellenze, in taluni casi, che però rimangono in stato di totale abbandono almeno sino agli anni Novanta, il che ha, d'altro canto, prodotto anche situazioni molto vicine a banalizzazioni ludiche, spesso confuse con attività didattiche (ibidem).

Direi che fatti salvi gli sforzi di codificazione scientifica di Dewey, Herbert Read, Arno Stern e Munari, non si possono evidenziare linee di tendenza riconducibili a indirizzi scientifici chiari.

Vale la pena fare una digressione su tali sforzi condotti da pedagogisti, artisti e filosofi che hanno colto la sfida di teorizzare la materia 'didattica museale artistica'. Ricordiamo in primis John Dewey che con *Arte come esperienza* (1934) tenta di indagare la relazione arte-bambino, collegando l'attività manuale al lavoro spirituale, sviluppando le sue facoltà creative e mettendo sempre al centro l'infanzia. In questa visione fondativo è il valore delle varie arti nella pratica del disegno, come della musica, della pittura e il modellato. Tale indirizzo trova pratico esercizio nella scuola con i laboratori e solo alla fine degli anni '50 nei musei.

H. Read, facendo tesoro del movimento capeggiato da Dewey della *Education Nouvelle* nel suo saggio *Education through art* (1949), edito in Italia nel 1954 con l'introduzione di Giulio Carlo Argan, mette in luce che occorre favorire le facoltà innate nel bambino per stimolare la 'libera creatività', inducendo i più piccoli a non conformarsi, ma a far tesoro dell'arte, quale strumento di libera espressione dell'io. Qui l'arte svolge un ruolo primario, essa è intesa quale espressione più intima della creatività umana in grado di presiedere a ogni sviluppo umano. L'attività figurativa coinvolge

---

<sup>50</sup> Le prime sperimentazioni condotte alla Galleria Borghese di Roma risalgono agli anni '60. Fu costituita un'équipe di ricerca interdisciplinare allo scopo di studiare i modi più opportuni per avvicinare il grande pubblico. Gli operatori museali si recavano personalmente presso le scuole e le borgate romane, per conoscere direttamente gli interessi e i bisogni di cultura. Sulla base di queste esperienze venne elaborata una metodologia di visita alla Galleria stessa. I principi di base erano i seguenti, "conoscenza dell'esistenza del museo (o del monumento locale), libertà assoluta nell'accostamento all'opera d'arte (interesse spontaneo), osservazioni in gruppo, inquadramento dell'opera (o del monumento) nel suo contesto storico-culturale originario, rapporti dell'opera con l'ambiente attuale, la vita quotidiana."



l'essere umano nella sua integrità e costituisce un modo per rapportarsi al reale: occorre allora educare con l'arte, per educare all'arte.

Il tentativo di Arno Stern è più concreto, poiché porta alla definizione di un luogo ideale, nel quale i fanciulli possono creare, offre anche una puntuale descrizione di questo laboratorio, che prende il nome di atelier, e deve misurare 6m x 3m, essere illuminato allo zenit, non possedere finestre, poiché dichiarate distraenti, le pareti devono essere ricoperte di carta da giornale..., ma ciò che più interessa alla nostra indagine è che Stern tenta di porre l'accento sulle emozioni, sulla differenza tra educatore e insegnante, aprendo la via a quelle speculazioni e teorizzazioni pedagogiche che troveranno positività nell'esperienza dei gruppi di comunità.

Altra scelta è quella di Bruno Munari, educatore, artista e progettista, che negli anni Settanta presso la Pinacoteca di Brera avvia un ambizioso programma di laboratori per bambini fino ai 10 anni, nel quale si prefigge di far giocare i più piccoli con l'arte, per conoscere le tecniche espressive e apprendere le regole della rappresentazione visiva; con estrema fantasia da un lato e razionalità dall'altro spinge a sperimentare, elaborare, creare, curiosare per attingere al mondo dell'arte, quale tesoro ricco di conoscenze che si possono tramandare e sulla scia di Piaget, magari costruendo anche la propria felicità. In *Fantasia* (1977) Munari suggerisce alcune modalità per sbloccare il pensiero creativo, un po' come 'pensare alla rovescia'; ricercare 'affinità visive e funzionali' (ad es. la gamba del tavolo = gamba dell'animale); cambiare colore ecc.

Tuttavia nonostante l'illuminato approccio all'esplorazione dell'arte la metodica di Munari ha goduto di una stabilità e di una diffusione di scarso respiro, infatti solo al Museo Internazionale della Ceramica di Faenza<sup>51</sup> (MIC) e nel Centro d'Arte Contempo-

---

<sup>51</sup> Riportiamo qui di seguito uno fra i numerosi laboratori, *Sorprese di terra*, in calendario per il 2010-2012 assai interessante anche per gli itinerari fuori museo. Obiettivi: informare sul metodo "Giocare con l'Arte" applicato alla ceramica, stimolando la creatività di ogni individuo attraverso proposte-gioco di laboratorio che aiutino a sviluppare le capacità manuali. Utilizzare una sequenza di attività concatenate che seguono un percorso logico, facilmente riproducibile nelle sue modalità anche nelle diverse realtà scolastiche, se non addirittura domestiche. Evidenziare l'importanza del puro piacere del fare, al di là degli esiti pratici dello stesso. Dare una conoscenza minima dei materiali e degli strumenti dell'attività ceramica. Descrizione dell'attività: dopo una breve introduzione alla "ceramica" si propongono una serie di giochi concatenati: si parte da esperienze di pura manipolazione delle tre argille, disponibili nel laboratorio, attraversando le tecniche ceramiche di base, utilizzando le modalità operative/concettuali teorizzate da Bruno Munari. Il gioco si sviluppa secondo linee non tradizionali, inattese, con trasformazioni e deformazioni, che partono da riflessioni sulle forme/superfici, per approdare verso forme/volume a sorpresa. A sussidio si possono richiedere seguenti materiali: i quaderni del laboratorio didattico; la collana "Giocare con l'arte" a cura di Bruno Munari (consultabile in sede); il programma dettagliato delle lezioni per insegnanti e alunni; la dispensa-guida alle esperienze base, una bibliografia scelta. Gli itinerari fuori dal museo, col-

ranea Luigi Pecci di Prato, viene ancora tenuto in considerazione e usato sistematicamente.

Figura 1: Attività didattica presso il MIC di Faenza, <http://www.micfaenza.org/it/servizi-museo/>



Attualmente con la Legge 53 del 28 marzo 2003 e con il D.Lgs n° 59 del 19 Febbraio 2004 si delega il Governo in materia di norma generali sull'istruzione e si introducono 'indicazioni per i piani personalizzati' delle attività educative, differenziandoli per la Scuola dell'Infanzia, la Primaria e la Secondaria.

Il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca in materia di didattica museale si allinea alle priorità del Rapporto UNESCO (1995) che individua nell'educazione in generale, e quindi anche museale i seguenti obiettivi:

- imparare a conoscere (cultura generale)
- imparare a fare (competenza professionale)
- imparare a vivere con gli altri (relazione, cooperazione, altruismo...)
- imparare a essere (responsabilità, autonomia di giudizio...)

---

legati a questa attività sono: Osservazione attenta del nostro ambiente (urbano, naturale, domestico, di relazioni sociali ecc.) per scoprire l'eventuale collocazione e ruolo dei manufatti ceramici nel contesto scelto; Visita ai calanchi argillosi; e visita alla "Vena del Gesso" appenninica; visita alle botteghe artigiane per conoscere da vicino la realtà produttiva dei diversi artigiani .

L'offerta dei servizi educativi museali pertanto dovrà tener conto, di un nuovo quadro sociale e storico, profondamente mutato rispetto a quello originario, in cui si è sviluppata la didattica museale. Ciò accade per almeno tre fattori: l'evoluzione di finalità e obiettivi delle politiche dell'istruzione sul piano internazionale; gli ordinamenti scolastici nazionali e, infine, l'introduzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel campo dell'educazione.

Nello specifico seguendo le linee guida in materia di educazione all'infanzia, il museo si pone come valido luogo per rispondere ai bisogni di: **esperienze concrete e apprendimenti riflessivi; relazioni di gioco, relazioni con se stesso e l'altro** (rafforzare l'autonomia, la stima di sé, l'identità, rispettare e aiutare gli altri); **movimento e percezione dello spazio** (muoversi spontaneamente in base a suoni, musica ecc., curare autonomamente la propria persona, gli oggetti personali, l'ambiente e i materiali comuni); **comunicare** (disegnare, dipingere, modellare, dare forma all'esperienza, con varietà creativa di strumenti e materiali, lasciando traccia di sé); **esplorare, conoscere e progettare** (coltivare con continuità e concretezza i propri interessi e le proprie inclinazioni). Per la Scuola Primaria il museo può essere luogo qualificato a perseguire finalità: **culturali** (promuovere l'acquisizione di vari tipi di linguaggio); **cognitive** (sostenere l'apprendimento); **sociali e di ordine etico** (favorire il superamento di ogni forma di egocentrismo a favore di valori quali il reciproco rispetto, la partecipazione, la collaborazione, l'impegno).

Per la Secondaria di I grado il museo collabora con la scuola a: **collocarsi nel mondo** (aiutando a costruire un'immagine sempre più chiara e approfondita della realtà sociale); **motivare e costruire significati** (favorendo la costruzione di apprendimenti significativi); **prevenire il disagio e favorire il recupero dello svantaggio** (numerosi sono gli esempi oggi a riguardo)<sup>52</sup>.

Ora che abbiamo, almeno in parte, assolto al compito di giustificare la linea del nostro indirizzo d'indagine, occorre evidenziare che per quanto concerne l'ambito museale ricorreremo alla ricerca condotta da Cecilia De Carli (2003), in quanto possiede due attributi di qualità: quello di recente indagine sul tema, e quello di ampio respiro, poiché

---

<sup>52</sup> Vedi studi condotti da O. Albanese, *Educare alle emozioni con le arti terapie o le tecniche espressive*, RICERCHE, Edizioni Junior, Azzano San Paolo (BG), 2008 (pagg.293-300; 431-438).

prende in considerazione 120 istituzioni museali contemporanee. Non esiste attualmente un lavoro simile per l'ambito archeologico e per quello di arte rinascimentale e moderna, seppure vi siano i validissimi tentativi purtroppo limitati al campo bibliografico, a cura di Piera Panzeri<sup>53</sup>.

Ci soffermeremo in seguito sulle pratiche laboratoriali museali, in quanto *“quella dei laboratori di attività pratiche è senz'altro una modalità molto efficace per la trasmissione di concetti complessi, come a esempio le tecniche antiche, la cui comprensione è senz'altro favorita dalla sperimentazione diretta. Un'importante valore aggiunto è anche costituito dal fatto che molto spesso, dopo aver partecipato alle attività del museo, le persone continuano a sperimentare e utilizzare le tecniche apprese, in un rinnovato interesse verso la manualità e l'espressione creativa personale attraverso tecniche dal sapore antico”* (Guarini, 2007).

*“La presa di coscienza del vuoto bibliografico che compromette, dal punto di vista della riconoscibilità, l'attività didattica dei musei italiani d'arte contemporanea”* (De Carli, 2003, 31) ha spinto De Carli a una ricognizione che fosse la più esaustiva possibile, pur selezionando una serie di musei sul territorio nazionale, nella fattispecie tutti quelle istituzioni in possesso di collezioni otto-noceventesche, antologiche, tematiche o monografiche che proponevano laboratori didattici, eccezion fatta per i musei territoriali che sono ancora ai primordi<sup>54</sup>.

Dalla ricerca emerge un quadro frammentario: disomogeneo a livello di risorse umane ed economiche, disorganizzato e locale per ciò che concerne la comunicazione delle pubblicazioni, laddove, i musei riescano a supportarla economicamente. Un quadro vario per ciò che concerne le proposte e creativo per quel che riguarda l'offerta didattica, sebbene sia spesso scollata da programmi scolastici e prenda in considerazione le finali-

---

<sup>53</sup> *Rassegna Bibliografica sulla didattica. Didattica del Museo e del Territorio: 1991-1995*, Palombi Editori, Roma, 2010. Tale lavoro è la continuazione di due precedenti quaderni, pubblicati nel 1990 e nel 1992 dagli Editori Palombi in una collana dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Roma, che nell'insieme costituivano una rassegna di bibliografia sulla didattica museale in Italia a partire dagli anni Cinquanta. Questo quaderno si propone di aggiornare la bibliografia al periodo 1991-1995, segnalando tuttavia anche testi del periodo precedente particolarmente significativi, mancanti delle prime edizioni. L'intento rimane il medesimo: consentire una circolazione di informazioni sulla didattica museale e del territorio per favorire la possibilità di utilizzare un patrimonio di esperienze, in alcuni casi consolidate e di alta qualità, specialmente da parte di chi intende iniziare nuove sperimentazioni in questo ambito. Il quaderno si apre con una sezione dedicata ai Convegni due sezioni dedicate alle monografie e agli articoli; la parte più ampia della rassegna riguarda le pubblicazioni dei musei.

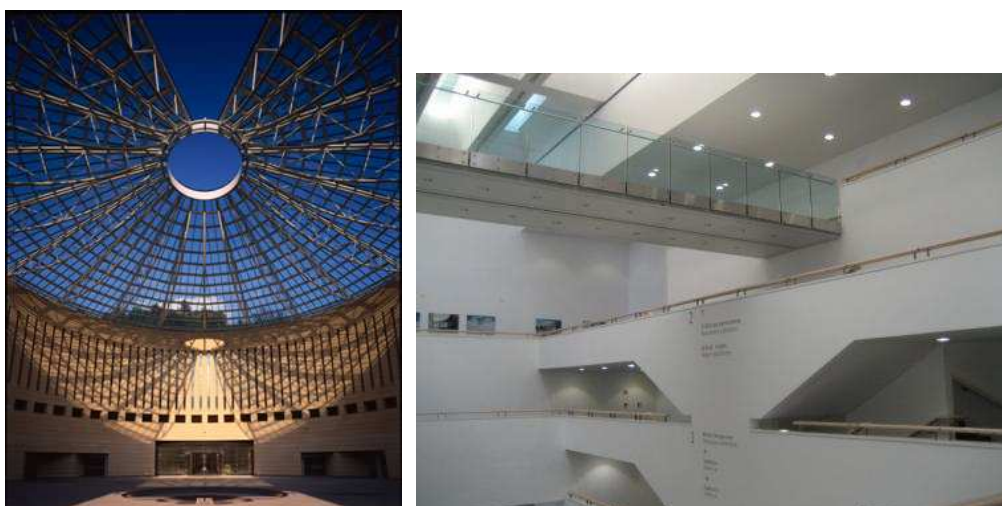
Ved. [http://www.bollettinodarte.beniculturali.it/opencms/export/BollettinoArteIt/sito-BollettinoArteIt/Contributi/Editoria/BollettinoArte/Abstracts/visualizza\\_asset.html\\_24953684.html](http://www.bollettinodarte.beniculturali.it/opencms/export/BollettinoArteIt/sito-BollettinoArteIt/Contributi/Editoria/BollettinoArte/Abstracts/visualizza_asset.html_24953684.html)

<sup>54</sup> Per ulteriori approfondimenti e l'elenco completo dei musei ved. pagg. 37-39 di *Education through art*.

tà dell'apprendimento scolare solo molto a margine, preferendo laboratori incentrati sulle collezioni. Infatti di 120 musei di arte contemporanea coinvolti nell'indagine, solo 51 hanno risposto<sup>55</sup>, e fra questi emerge il ruolo maggiormente attivo dei musei comunali nell'allinearsi alle priorità della programmazione scolastica, vuoi per un legame più intenso con il territorio circostante, vuoi per una relazione di lunga data. Emerge la figura del progettista, coordinatore 'tuttofare', giustificata dalla scarsità delle risorse economiche. Emerge il bisogno di una figura professionale che progetti, e curi i laboratori didattici, che abbia competenze solide nell'ambito storico dell'arte, conoscenze altrettanto solide nel campo della psico-pedagogia e che dimostri inoltre spiccate competenze pratiche, a cui l'Università dovrebbe pensare, poiché nelle lauree attuali non esiste una preparazione di questo tipo.

Analizziamo ora più da vicino alcuni esempi di fruizione artistica, sempre all'interno dell'esperienza del laboratorio didattico, nella fattispecie il **Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto (MART)**, e la **GAM** di Torino, che sono tra i pochissimi che godono del privilegio di dare rilievo alle proprie collezioni e alle proprie attività, grazie a pubblicazioni di varia natura, opuscoli, libri, quaderni, materiali didattici...

Figura 2-3: MART di Trento e Rovereto,  
<http://www.passioneventi.it/wp-content/uploads/2009/01/mart.jpg> e [www.mart.trento.it/](http://www.mart.trento.it/)



<sup>55</sup> Qui la mia analisi propende per una scarsità di risposte, in quanto meno della metà delle istituzioni coinvolte da De Carli, hanno compilato il questionario, mentre di altro avviso è l'autrice che vede in questo dato una certa positività. Ciò dovrebbe far riflettere sulla natura dei rapporti tra scuola e museo.

Il MART nasce nel 1987 e viene ospitato presso lo storico Palazzo delle Albere a Trento; oggi opera in tre sedi espositive distinte: la sede principale del Museo, la Casa d'Arte Futurista Depero, a Rovereto, e Palazzo delle Albere a Trento.

La principale sede del MART è stata progettata da Mario Botta e da Giulio Andreoli e inaugurata nel 2002: concepito come polo culturale più che come museo, il MART comprende una biblioteca pubblica, un grande auditorium e una caffetteria, e ovviamente il museo. L'esterno è pensato come moderna agorà che si apre su una grande piazza centrale coperta da una maestosa cupola di vetro e acciaio.

Da 25 anni la Sezione Didattica del MART si impegna a fare del museo un luogo dove il bambino possa incontrare l'arte, dove la dimensione estetica, incontra quella pedagogica.

Voluta dal direttore, Gabriella Belli, la sezione didattica è assai ricca: propone infatti ben 29 laboratori solo per la scuola, a cui si aggiungono attività di work-shop, seminari per insegnanti, laboratori per adulti, laboratori per la famiglia e ovviamente le visite guidate. Supportata dal metodo costruttivista l'attività laboratoriale, mediata da Pino Parrini, esperto di percezione visiva e assiduo ospite al museo, ha come prima finalità quella di sollecitare l'interesse e la curiosità degli studenti verso la scoperta dei modi e dei linguaggi dell'arte (Fiorillo, 2001).

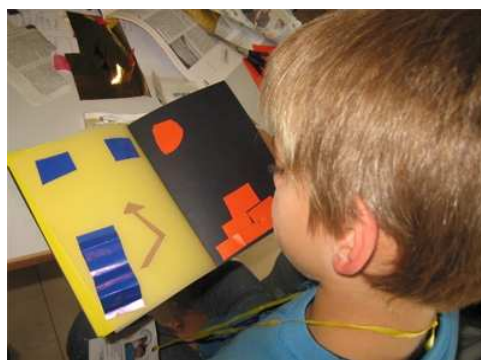
Anno dopo anno, il progetto Scuola- Museo incentrato sull'interazione di persone, risorse, energie, competenze, idee e creatività necessita cambiamenti, profilature, riflessioni nuove che sempre numerose scaturiscono dall'esperienza concreta. Piaget sosteneva che l'educazione non fosse soltanto formazione, ma una condizione necessaria allo sviluppo naturale (Piaget, 1975).

Il MART con le sue attività vuole aiutare lo studente ad acquisire "con atteggiamento critico e produttivo, le proprie strutture mentali derivanti non solo dall'apprendimento ma soprattutto dalla rielaborazione (Fiorillo, 2001). Il progetto Scuola – Museo intende far individuare la storia, la funzione del museo, evidenziare gli aspetti riguardanti la tutela del patrimonio, la conservazione e il restauro mediante le nuove tecnologie, stimolare lo studio individuale e di gruppo, nonché, in ultima analisi, suggerire le metodologie avanzate per la ricerca nell'ambito della didattica museale.

Il progetto prevede attività di carattere permanente e temporaneo, come le collezioni museali, laboratori-atelier, visite guidate, work-shop, attività informative e formative per gli addetti ai lavori, attività di coinvolgimento delle famiglie.

L'attività del MART inizia nel 1985 con gli 'incontri storico - artistici' di U. Moggioli e L. Bonazza, si rivolge alle scuole medie e l'obiettivo primario è quello di disancorare la figura del genio da quella dell'artista, di matrice romantica. Si parte da un approccio percettivo per sviluppare la conoscenza dell'artista attraverso test di lettura intuitiva sull'opera d'arte, percorsi percettivi con visualizzazione grafica, ricerca di nomi e fatti secondo un indirizzo, caro al MART, di natura interdisciplinare.

Figura 4: MART di Trento e Rovereto, Progetto Scuola-Museo,  
[http://www.mart.trento.it/context\\_did\\_albere.jsp?ID\\_LINK=368&area=50](http://www.mart.trento.it/context_did_albere.jsp?ID_LINK=368&area=50)



All'interno della proposta degli incontri artistici nel 1987, prosegue la rassegna sperimentale sugli *Artisti a confronto* e si inizia a lavorare sull'artista roveretano, Fortunato Depero, con l'introduzione di itinerari didattici a Palazzo delle Albere di Trento e la Casa Museo Depero a Rovereto.

Il progetto Scuola- Museo è ambizioso, poiché si declina in tre sezioni differenti:

- 1) **Giochiamo al Museo**, rivolto alla scuola primaria (13 progetti per un totale di 38 unità didattiche);
- 2) **Percorsi d'arte**, rivolto alla scuola secondaria di I ciclo (12 progetti per 21 unità didattiche);
- 3) **Forme e pensiero dell'arte**, rivolto alla secondaria (10 progetti per 16 unità didattiche).

Figura 5: MART di Trento e Rovereto, Progetto Scuola-Museo, Casa Depero,  
[http://www.mart.trento.it/default\\_depero.jsp?ID\\_LINK=250&area=43](http://www.mart.trento.it/default_depero.jsp?ID_LINK=250&area=43)



Figura 6: MART di Trento e Rovereto, Progetto Scuola-Museo, Palazzo delle Albere: *Sono io*, Laboratorio per bambini, che indaga il tema dell'identità, attraverso l'elaborazione di ritratti realistici, simbolici, iconici, fantastici.  
[http://www.mart.trento.it/context\\_did\\_albere.jsp?ID\\_LINK=461&area=50](http://www.mart.trento.it/context_did_albere.jsp?ID_LINK=461&area=50)



**Giochiamo al museo** fu scelta dieci anni fa per far comprendere quanto il museo potesse proporsi quale istituzione aperta alla relazione e allo scambio di idee, quale valido luogo ove apprendere-facendo.

**Percorsi d'arte** con vari incontri, tra cui 'l'ambiguità dell'immagine' si propone quale strumento utile a mettere a fuoco le teorie percettive, con esplicito riferimento a Rudolph Arnheim.

**Forme e pensiero dell'arte** rivolta agli istituti superiori e ai licei, con gli atelier, gli itinerari storico-artistici, e i corsi per gli insegnanti, si pone quale strumento di riflessione su varie tematiche, dal riconoscimento di una corrente artistica, al linguaggio pittorico contemporaneo, dall'indagine storica alla ricerca dei materiali ecc. con proposte di approfondimento e rielaborazione per la scuola.



Vediamo ora da vicino un modello di laboratorio, del progetto Scuola-Museo, uno dei più noti è :

- *Punto, linea, colore, segno colorato (Il punto, la linea, il colore, il segno colorato, la linea II parte, il colore II parte, la superficie, Luce/ombra)*

Questo laboratorio è aderente alle linee guida Ministeriali per l'apprendimento dell'arte e l'educazione all'immagine, perché promuove una conoscenza dell'immagine slegata dalla lingua parlata, in quanto riconosciuta quale ambito autonomo dell'espressione umana. Gli obiettivi che ci si prefigge sono quelli di scoprire nelle immagini un linguaggio specifico, decodificare il linguaggio visivo; apprendere che un determinato linguaggio visivo pertiene a uno stile; intuire che l'artista è soggetto alla casualità che incide in ogni caso sull'opera prodotta; scoprire l'importanza di vedere un originale e non una copia; promuovere la creatività.

Per ciò che concerne l'ambito pedagogico entro il quale questo intervento, come d'altro canto anche gli altri, si pone è quello della maieutica, che deve essere favorita il più possibile (Fiorillo, 2001, 9), così come l'approccio è di matrice costruttivista, con particolare riferimento alle teorizzazioni di P. Parini, e alle esperienze di Renate Eco e di Bruno Munari, infatti Fiorillo sostiene che *“L'intenzione è quella di far interagire lo spirito ludico [...] e il pensiero divergente di stampo munariano, con la finalità formativa e cognitiva della linea piagetiana e con i presupposti delle teorie pariniane”* (ibidem, 39).

Il gioco svolge una funzione primaria un po' in tutti i laboratori dedicati alle fasce di età più bassa, in quanto sollecita la fantasia, stimola la partecipazione attiva, la ricerca e la voglia di scoperta. Le tecniche e gli strumenti sono tanto più raffinati quanto avanza l'età media dei partecipanti. Inoltre si prevede sempre un rapporto piuttosto stretto con la scuola, sia in fatto di richiesta di gradimento dell'attività svolta al museo, sia in fatto di materiali di approfondimento, che sovente vengono consegnati agli insegnanti per creare il 'collante' tra il percorso ministeriale e quello museale, in una logica in cui *“l'educazione all'immagine valorizzi l'apprendimento”* (ibidem, 43).

Figura 7: Laboratorio *Il Punto*, MART di Trento e Rovereto, insegna il segno grafico elementare, i fenomeni di addensamento e rarefazione, porta l'esempio di artisti contemporanei che fanno uso del punto, tratto da *Laboratorio e immagine*, Erickson, 2007.

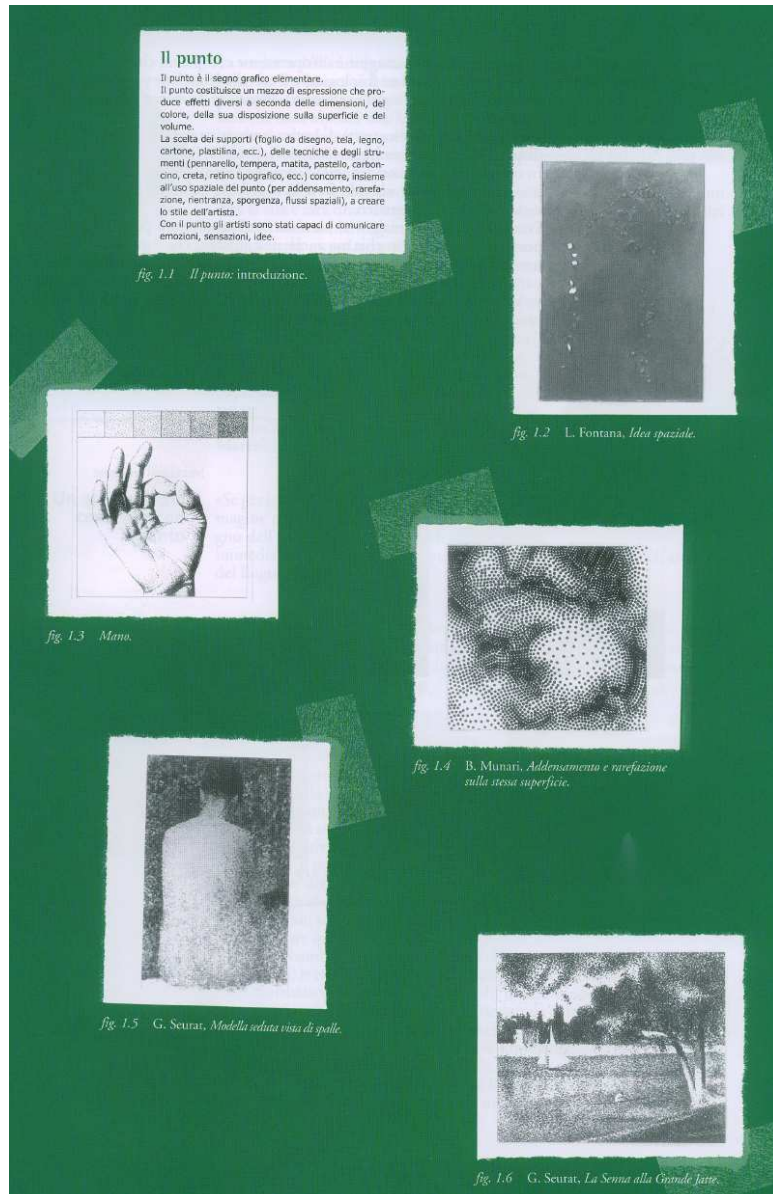


Figura 8: Laboratorio *Il Punto*, MART di Trento e Rovereto, sperimentazioni sul punto con diversi materiali anche presi dalla natura come le bacche di ginepro, o mediante l'uso delle plastilina, o grazie a supporti diversi come il cartoncino nero o ancora con strumenti dal tratto grafico differente come pennarelli, pennelli, matite, carboncini, tratto da *Laboratorio e immagine*, Erickson, 2007.

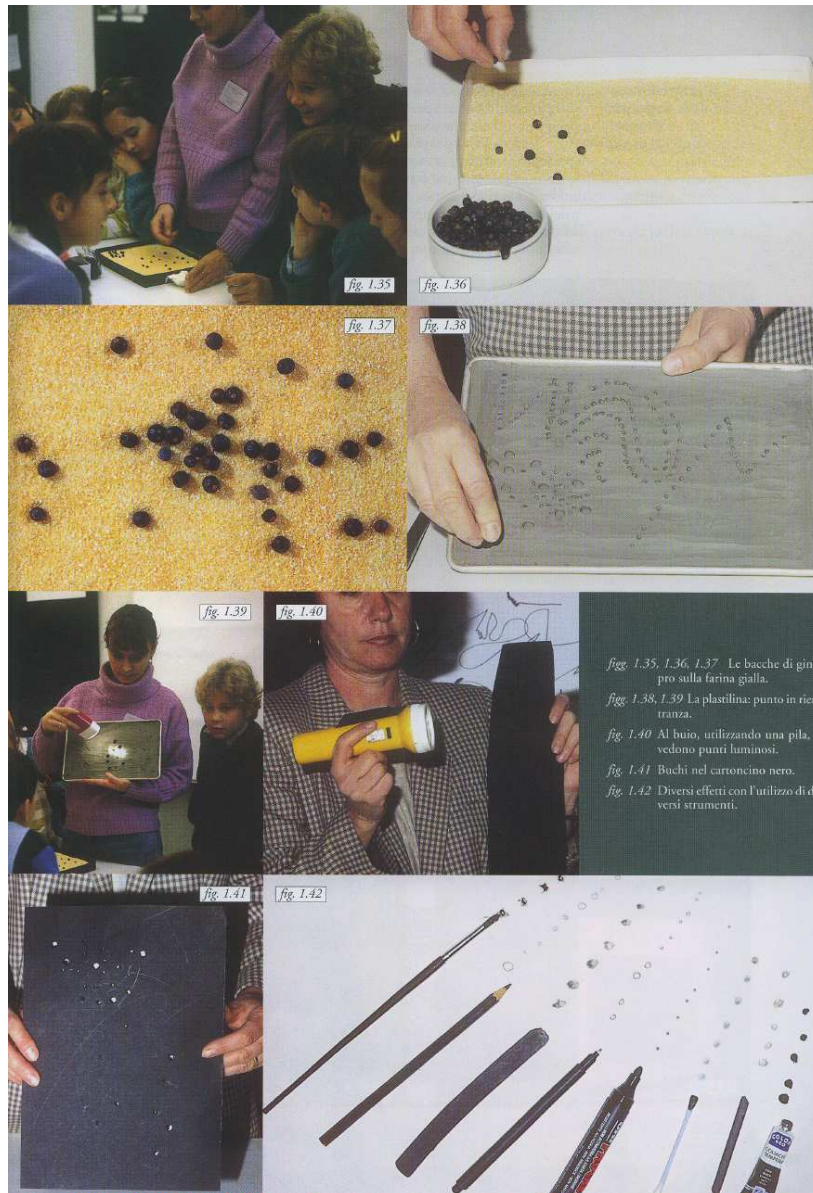


Figura 9: Laboratorio *Il Punto*, MART di Trento e Rovereto, analizza il punto nell'arte, prendendo in considerazione vari artisti, tratto da *Laboratorio e immagine*, Erickson, 2007.



Figura 10: Laboratorio *Il Punto*, MART di Trento e Rovereto, propone l'usuale scheda didattica per l'insegnante, tratto da *Laboratorio e immagine*, Erickson, 2007.

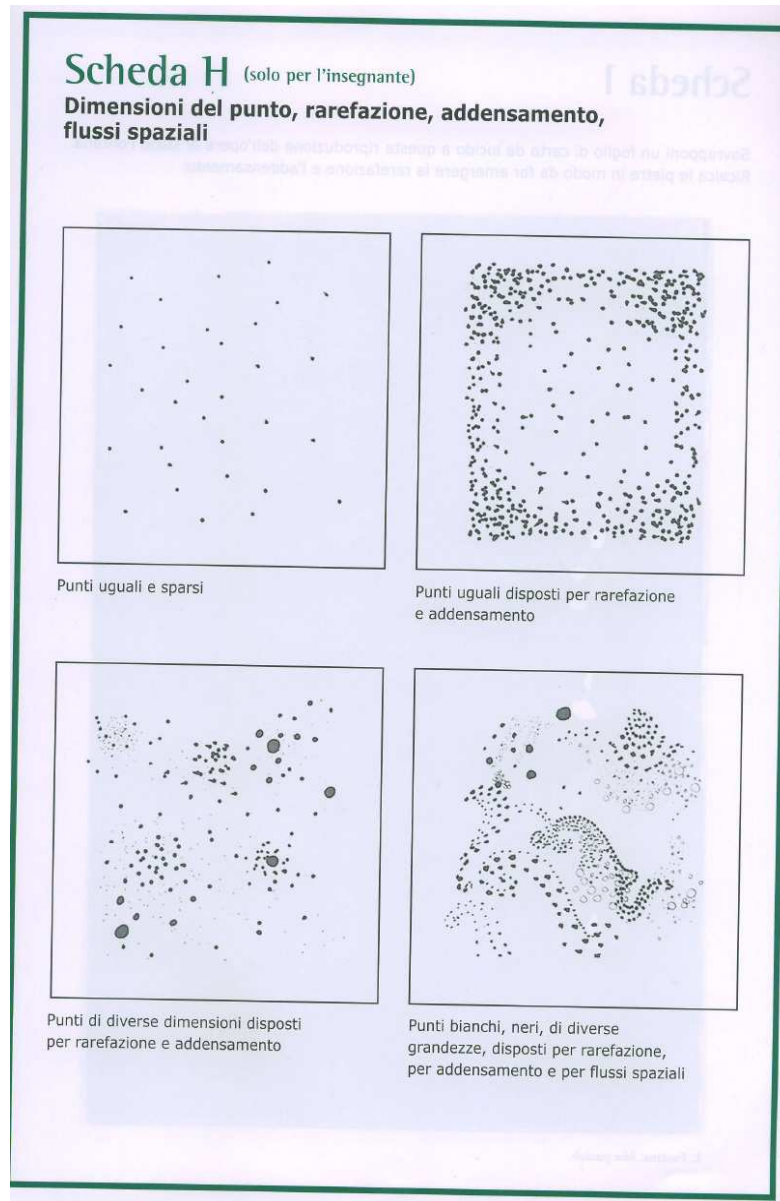


Figura 11: Laboratorio *Il Colore*, MART di Trento e Rovereto, insegna i fenomeni di rifrazione e riflessione, le differenze tra colori primari e secondari, caldi e freddi, tratto da *Laboratorio e immagine*, Erickson, 2007.

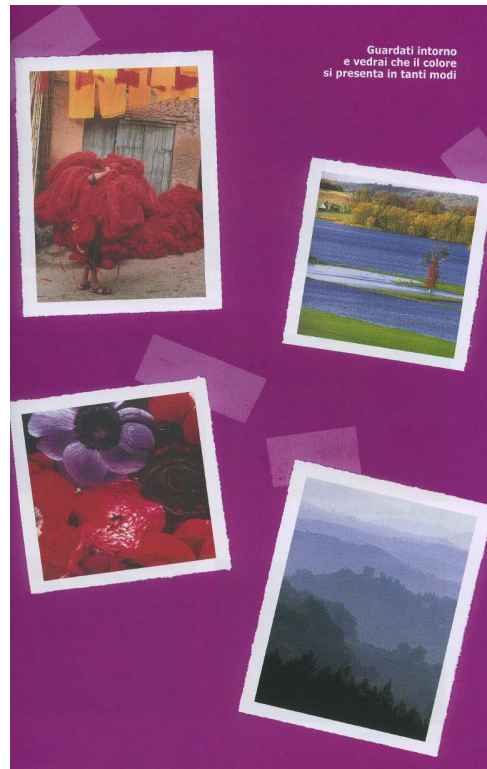
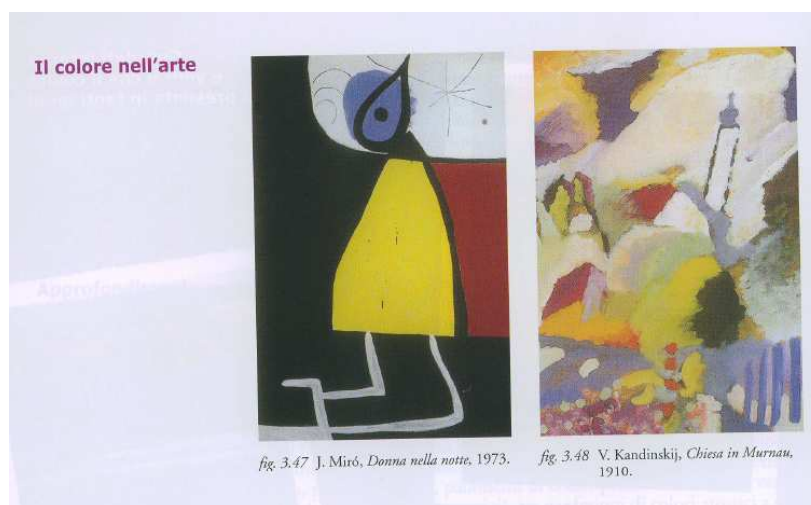


Figura 12: Laboratorio *Il Colore*, MART di Trento e Rovereto, analizza il punto nell'arte, prendendo in considerazione vari artisti, tratto da *Laboratorio e immagine*, Erickson, 2007.



Alla GAM il museo è concepito come luogo di conoscenza dove andare e ritornare, per imparare e scoprire l'arte, e non come un luogo riservato solo agli studiosi e agli e-

sperti. La didattica è una dimensione essenziale di un museo che intende essere una presenza vitale nel panorama culturale della città (Barbaro, 2002).

La GAM è stata la prima istituzione culturale ad allestire una raccolta di opere d'arte contemporanea in una città, nella fattispecie Torino. Nell'ultimo decennio si è molto discusso di museo e città, relazione tra museo e territorio; da questo punto di vista Torino risulta essere un contesto ricco di stimoli e risorse, con una solida apertura verso l'arte. La GAM può contare su 5000 dipinti, 400 sculture e 20.000 opere grafiche. *“Alla GAM l'idea della funzione formativa del museo genera una concezione della didattica che va ben oltre i materiali strutturati o le visite guidate e si spinge nel terreno dell'educazione permanente: ne sono un esempio eloquente i cicli di conferenze sull'arte moderna, tenute dal direttore, che hanno raccolto un enorme successo di pubblico, di ogni età ed estrazione: più di settecento presenze medie”* (ibidem, 16). Alla sezione didattica, inoltre, si riserva uno spazio polivalente per attività creative di atelier, seminari di formazione e conferenze, laboratori multimediali, piccole esposizioni, workshop e incontri con artisti. La ricerca spazia dall'ambito disciplinare artistico a quello pedagogico. La progettazione che ne deriva si ispira da un lato alla continuità della tradizione consolidata e dall'altro alla sperimentazione di nuovi modelli didattici. Ispirati dalle teorizzazioni deweyane, alla GAM ritengono che, per comprendere l'estetico nelle sue forme ultime e provate, bisogna cominciare dallo stato grezzo: dai fatti e dalle scene che attraggono l'attenzione dell'occhio e dell'orecchio dell'uomo, suscitando il suo interesse e procurandogli godimento, allorché guarda e ascolta (Dewey, 1934).

Per stimolare la familiarità con il museo alla GAM si utilizzano materiali molto diversi tra loro, idonei alle diverse fasce di età. L'insieme delle proposte didattiche mira a coinvolgere gli utenti, stimolando l'osservazione, per condurli a cogliere i messaggi e le particolarità del codice visivo, per produrre confronti, e porsi domande, rielaborando l'esperienza di contatto con l'originale dell'opera d'arte. Il laboratorio, allora, non è solo una delle tante attività, diviene un *modus pensandi*, un approccio all'ideazione e progettazione in una modalità da condividere con i ragazzi. Il laboratorio, condotto dagli animatori del museo, collegato all'osservazione delle opere d'arte viene generalmente seguito dalla produzione di atti creativi mediante diversi materiali.

Figura 13: Attività di Laboratorio in GAM,  
<http://www.comune.torino.it/museiscuola/propostemusei/toeprov/galleria-di-arte-moderna-e-contemporanea-fondazion.shtml>



Il rapporto con le istituzioni scolastiche non solo è perseguito quale obiettivo, ma anche ricercato quotidianamente per modulare pedagogicamente le diverse offerte formative. Le attività che comunemente si svolgono alla GAM sono raggruppabili in 8 tipi:

1. laboratori, atelier: scoperta di opere con conseguente esperienza creativa con gli animatori del museo;
2. percorsi multimediali e a distanza: è possibile integrare il laboratorio a media diversi tipo PDA, PC<sup>56</sup>
3. visite guidate: indirizzate soprattutto agli studenti del II ciclo, impostate su varie tematiche presenti nelle collezioni del museo<sup>57</sup>;
4. workshop e incontri con gli artisti anche con l'uso di video conferenze con le scuole;

---

<sup>56</sup> Vedi Progetto Europeo Hyperfilm (<http://www.giogi.org/forum/2001/rusconi.htm>) è un esempio di strumentazione tecnologica a servizio dell'apprendimento dei ragazzi del II ciclo scolastico, che come risultato finale propone un prodotto multimediale dai molti contenuti digitali, col quale è possibile indagare le modalità di allestimento e progettazione di una mostra, creandone anche un campione. Tale progetto si inserisce nel V programma quadro per la ricerca e lo sviluppo tecnologico dell'Unione Europea.

<sup>57</sup> Vedi Progetto Sesamo (Software educativo scuola arte musei on-line) che persegue l'obiettivo di avvicinare i giovani alla realtà museale attraverso le nuove tecnologie in Barbaro F., *Il museo insegna*, pag.38.



5. esposizioni didattiche: ossia delle piccole mostre di lavori creati dai ragazzi per testimoniare delle numerose attività e per contribuire alla concretezza degli obiettivi didattici;
6. feste ed eventi: giornate di animazione e intrattenimento per genitori e figli, insegnanti e allievi;
7. corsi di aggiornamento e formazione per insegnanti: per riflettere sulle proposte didattiche e creare tavoli di discussione didattica;
8. Consulenza: si forniscono agli insegnanti materiali e informazioni utili per la scelta del percorso più adatto al lavoro, programmato con il museo.

Riportiamo a titolo esemplificativo l'attività progettuale, che ormai prosegue da più anni, dedicata ai bambini dai 5 agli 8 anni, denominata *Gli animali fantastici portano lontano*: con tale percorso didattico si prevede:

- a) una visita guidata e un'attività di laboratorio, condotte da un animatore della GAM;
  - la visita inizia nella sala dell'Ottocento dove si fa emergere, secondo il modello dell'apprendimento informale, l'idea che i bambini abbiano del museo; si passano poi ad analizzare le opere scelte dai ragazzi, ognuna per tutto il tempo necessario alla comprensione di tutti i partecipanti, stimolando lo scambio di opinioni;
  - segue poi l'attività di laboratorio in cui la creazione di 'mantelli fantastici', dopo l'osservazione di quelli presenti negli animali, che compaiono nelle opere esposte, rappresenta l'attività centrale della rielaborazione pittorico - grafica del segno. I bambini sono inoltre invitati a disegnare animali con caratteristiche fisiche, le più disparate possibili, e a costruirgli una storia e una carta di identità.

Pensiamo a quanto sia importante il legame che la GAM vuole intrattenere con le famiglie e le scuole, soprattutto in un'ottica di costruzione dell'apprendimento informale, ove le conoscenze non derivano né dalla sola esperienza degli oggetti né da una programmazione innata e preformata nel soggetto, ma da costruzioni successive con costante elaborazione di nuove strutture (Piaget, 1975).

Pensiamo inoltre a quanto la dimensione del gioco sia utile all'apprendimento che, come ricorda Bruner, è assieme alla scoperta una valida forma di conoscenza, in grado di stimolare la motivazione personale e aiutare l'apprendimento (Bruner, 2001). Esisto-

no molte forme di conoscenza che possono essere definite come apprendimento attraverso la scoperta e che coinvolgono da vicino i musei e l'apprendimento informale (Dierking, 1991):

1) la percezione ha un ruolo centrale nel processo di apprendimento: gli individui prediligono differenti modalità di percezione come leggere, ascoltare e toccare;

2) l'apprendimento è un processo attivo nel quale vengono costruite delle strutture di conoscenza. Le nuove informazioni sono collegate a quelle acquisite in precedenza, mentre altre informazioni vengono recuperate e trasferite;

3) l'apprendimento è un processo contemporaneamente cognitivo e metacognitivo;

4) persone appartenenti a diversi gruppi di età hanno differenti livelli di sviluppo cognitivo;

5) l'apprendimento non ha uno sviluppo lineare o sequenziale;

6) l'apprendimento è fortemente influenzato dalle conoscenze, opinioni, esperienze pregresse: tali fattori condizionano quanto una persona apprenderà;

7) l'apprendimento avviene all'interno di un contesto fisico e sociale. Un contesto appropriato favorisce l'apprendimento: questo significa che quello che vediamo influenza quello che ascoltiamo o che possiamo leggere;

8) la motivazione personale influenza fortemente l'apprendimento, le scelte del discente su cosa e come imparare;

9) le persone apprendono in modi diversi. L'apprendimento dipende dalle differenti interazioni percettive o sociali, dai gusti, dall'età... Tutto questo forma quello che viene definito "stile individuale di apprendimento";

10) la memoria ha un ruolo centrale nel processo di apprendimento: durante l'elaborazione dell'informazione – in cui vengono coinvolti tre tipi di memoria (a brevissimo termine, a breve termine e a lungo termine) – la nuova informazione viene classificata a seconda dell'importanza che ricopre per il discente. In un primo momento l'informazione viene inviata alla memoria a brevissimo termine e viene classificata dal discente come rilevante o non rilevante. Se viene classificata come non rilevante, l'informazione viene immediatamente dimenticata. Se l'informazione ricopre un certo interesse per il discente, viene inviata alla memoria a breve termine per un'ulteriore classificazione.

Per quel che riguarda i musei esteri, l'elenco sarebbe infinito, ma per rigor di analisi, si prenderanno a esempio alcune ricerche sulla fruizione artistica assai recenti, come gli studi della Leicester University, nonché un museo in ambito europeo, che si è adoperato moltissimo negli ultimi anni, per produrre servizi educativi, rivolti sia ai più piccoli che agli adulti: faccio riferimento alla **Tate Modern Gallery** di Londra.

Per ciò che concerne l'ambito dei paesi extraeuropei, procedendo un po' su basi emotive e forse non propriamente scientifiche, semplicemente per continuare a curiosare in campo didattico, ma fuori dall'Europa, quindi senza perseguire la finalità dell'esaustività, e sulla scia della fama che alcune istituzioni hanno raggiunto prenderemo in considerazione il **MOMA** di New York e faremo riferimento ai recenti studi di Costantino e Jeffers pubblicati dalla Illinois University sulla percezione museale e sull'apprendimento scolare in relazione all'ambito artistico.

L'indagine si è svolta analizzando on-line e off-line ciò che la **Tate Modern Gallery** propone e ricercando personalmente del materiale didattico sul posto. Ciò che si evince a titolo generale è che l'informazione che questi musei offrono, spesso è tematizzata sulle collezioni permanenti e temporanee; i servizi educativi sono parte integrante del museo; i professionisti che si occupano di educare e offrire informazioni fanno parte dello staff museale a tempo pieno; il ricorso agli artisti per i laboratori è molto richiesto, poiché le metodologie sono molto diverse fra loro, così come pure gli obiettivi; è altresì emersa la tendenza all'educazione dell'arte mediante gli originali. Risulta impossibile delineare un quadro pedagogico di riferimento.

Parlando di Tate Modern Gallery si nota immediatamente la relazione che questo museo intrattiene con le nuove tecnologie, infatti ha una bella sezione, *Learn on-line*, dedicata all'apprendimento on-line su alcuni temi chiave, come a esempio lo studio di alcune tecniche artistiche (*Artists' Techniques and Methods*) o gli approfondimenti sui Simbolisti con giochi e approfondimenti (*Millais's Ophelia*), o su alcune opere d'arte (*Damien Hirst: Pharmacy*), o installazioni (Bruce Nauman: *Mapping the Studio II*), si tratta di illustrare a distanza una parte delle molte attività che la Tate Modern Gallery offre agli insegnanti e ai ragazzi. C'è poi il progetto Young Tate, dedicato a coloro i quali vogliono sapere qualcosa di più sull'arte contemporanea e vogliono creare un loro

allestimento e giocare coi colori on-line: giochi e attività finalizzate a stimolare la relazione museo fruitore.

La sezione *Kids* si articola in 4 settori chiave:

-MY GALLERY: utile a creare una propria galleria artistica, contenente le proprie opere virtuali, dove è possibile aggiungere commenti su lavori altrui, creare disegni, fare l'upload di proprie opere virtuali.

-GAMES: ove è possibile giocare a vari livelli e apprendere tecniche, creare città immaginarie, studiare i colori. Le attività on-line sono 11 tra le più interessanti troviamo: *Colour Colour*, attività creativa in cui si scoprono le molteplici declinazioni del colore; e *My Imaginary City*, attività creativa libera, finalizzata all'uso e alla tecnica libera.

Figura 15: Attività creativa on-line dedicata ai bambini, dalla Tate Modern Gallery, per sviluppare la percezione dei colori, la creatività e l'immaginazione, <http://kids.tate.org.uk/games/>



- FILM: alcuni divertenti film dedicati a opere d'arte come continuità nello spazio di Boccioni, ove si prende spunto dal filmato per chiarire i concetti ispiratori dell'opera in questione<sup>58</sup>.

- TATE CREATE: attività creative off-line come ad esempio *Pop Art Hat* in cui viene suggerito passo dopo passo cosa fare per creare oggetti pop-art.

La sezione per gli insegnanti, *Schools and Teachers*, informa sulle attività in corso e su quelle passate, in totale si tratta di una dozzina di laboratori. Dedicata ampio spazio alla ricerca sul web e propone progetti per la scuola in osservazione alle finalità di gover-

---

<sup>58</sup> Per approfondimenti ved. <http://kids.tate.org.uk/films/>

no, con particolare attenzione alle ICT e alla lingua inglese con tutte le sue nuove espressioni (ad es. il laboratorio: *VerbalEyes: finding a voice through art*). In questo laboratorio per la scuola primaria e secondaria la lingua viene indagata mediante la sua relazione con l'arte, dando infine vita a un allestimento delle opere prodotte e a una curiosa iniziativa, ossia la 'corsa dello slogan'.

Figura 16 e 17 : *VerbalEyes: finding a voice through art*: attività di laboratorio ai bambini del ciclo primario e secondario, dalla Tate Modern Gallery, per sviluppare capacità di linguaggio ed esplorare il rapporto tra arte e lingua; sotto *La corsa dello slogan*, <http://www.tate.org.uk/britain/exhibitions/verbaleyes2010/default.shtm>



Quello che si evince passando in rassegna quaderni, pubblicazioni on-line, ricerche e tutto ciò che il museo mette a disposizione dei suoi fruitori sin alle opere dei più piccoli, spesso raccolte in mostra, è che gli obiettivi sono molteplici, come gli strumenti, i tempi e i modi; che non c'è un unico filone scientifico –pedagogico a cui la Tate Modern Gallery attinge per progettare i suoi laboratori, ma che c'è sempre molta attenzione per il

linguaggio artistico in tutte le sue forme, dall'allestimento al collage, dall'opera a olio a quella polimaterica, dalle giornate studio alla formazione per gli educatori, e che il gioco è la risorsa principale a cui fa riferimento per pensare ai suoi servizi educativi.

La ricerca in ambito di fruizione scolastica delle collezioni museali è una delle tematiche assai care all'Inghilterra che è stata tra i primi paesi al mondo a sollecitare tale azione, a individuare nei musei sparsi sul proprio territorio una occasione di conoscenza, a delineare delle linee guida regionali per la relazione scuola – museo, a investire risorse economiche, a ricercare risorse umane e a formare professionalmente il personale deputato all'educazione dei più piccoli, oltre che degli adulti. A tal proposito pare interessante lo studio condotto dal Centro di Ricerca per i Musei e le Gallerie (RCMG) della Leicester University dal 2003 al 2007, che ha visto coinvolti 13.750 ragazzi dai 4 ai 14 anni nell'East of England, che aveva come finalità prima quella di individuare il ruolo del museo nell'immaginario dello studente e nella rappresentazione scolastica, indagando comportamenti, metodi di apprendimento, livelli di apprendimento dopo la relazione con il museo, attraverso una quantità di dati e strumenti, nonché contesti differenti. Alle scuole, molte decine, era richiesto di valutare l'apprendimento scolastico, dopo aver trattato alcune materie direttamente al museo, e parallelamente in aula. I musei coinvolti sono stati scelti secondo un criterio di varietà delle collezioni, cosicché potessero coprire i diversi ambiti disciplinari, dalle lingue alla storia, dalla geografia alle scienze, dall'arte alle tradizioni rurali, ed è sempre stato loro richiesto il massimo grado di partecipazione e condivisione di programmi scolastici, quasi in aderenza con le priorità scolastiche. Lo studio ha visto varie fasi di indagine:

1. *Reinassance* MLA (2003);
2. *The value of Museum* MCMS/DfES (2004);
3. *Second study about The Value of Museum* ad implementare i risultati del primo studio, ossia MCMS/DfES (RR2:2005)
4. *Inspiration, Identity, Learning*: DCMS/DCFS2 (2007).

I metodi della ricerca sono stati diversi dai dati quantitativi veri e propri a quelli qualitativi<sup>59</sup>. Dai quattro stadi di analisi condotte nei diversi anni emerge che:

---

<sup>59</sup> Per approfondimenti dettagliati sui dati quantitativi rimandiamo al sito della Leicester University, <http://www2.le.ac.uk/>

- il 60% degli alunni coinvolti riporta una valutazione più alta nei lavori scolastici dopo la fase di apprendimento al museo.
- ragazzi e insegnanti esprimono pareri positivi riguardanti il loro apprendimento al museo;
- i musei supportano l'apprendimento con uno stile diverso: infatti il 91% dei soggetti coinvolti dice di essersi divertito; il 90% sostiene che è un luogo diverso dove poter imparare nella dimensione della scoperta, attraverso gli 'originali'.
- i musei alternano 'serio a divertente', meglio che le scuole;
- i ragazzi sono più coinvolti dal punto di vista emotivo nei lavori prodotti;
- i ragazzi si sentono meglio valutati e rispettati;
- i musei/gallerie provvedono sistematicamente a produrre materiali ad hoc;
- il museo garantisce visite immersive: l'ambiente museale assicura esperienze multisensoriali (oggetti, strumenti differenti nei laboratori, materiali diversi...) che a loro volta producono un'esperienza di apprendimento assai ricca soprattutto per i piccoli che ancora non sanno leggere e scrivere; il fatto di essere coinvolti nel passato mediante giochi di investigazione e producendo manufatti che si ispirano a opere d'arte famose stimola l'apprendimento, e la concentrazione.<sup>60</sup>

Dalla ricerca non è stato trovato nessun modello pedagogico sostanziale che fosse preferito per la questione della fruizione e l'apprendimento, bensì si sono evidenziate una miriade di proposte molto diverse tra loro, ispirate sempre dal criterio della concretezza che il museo con le sue collezioni 'reali', e non riproduzioni, offre. Si sono individuate la tendenza al gioco e alla scoperta, nonché un forte legame con gli istituti scolastici territoriali e il coinvolgimento della autorità regionali governative per approntare progetti ad hoc. Si è inoltre evidenziato, nello studio, leggendo la notevole quantità di dati messi a disposizione, una predilezione per i piccoli gruppi di laboratorio che individua nel numero 10 l'unità massima acconsentita per un miglior approccio all'utenza museale.

---

<sup>60</sup> Ved. esempio del Fitzwilliam Museum per l'apprendimento delle lingue, <http://www.fitzmuseum.cam.ac.uk/dept/education/schoolscolleges/primary.html>

“I servizi educativi di un museo possono essere ‘anelli di congiunzione’ fra l’opera d’arte e il visitatore, nel suggerire percorsi di apprendimento, di elaborazione e reinvenzione. In una parola, possono avere un ruolo formativo fondamentale: accompagnare (e-ducere) il pubblico nel mondo dell’arte e offrire gli strumenti adeguati. Il visitatore al museo, bambino o adulto che sia, può apprendere. Può fare esperienza dell’arte; viverne i fondamenti, i processi, le poetiche; sperimentare i metodi e le tecniche, confrontarsi in modo nuovo con la propria realtà. Pubblico e museo si incontrano, interagiscono, grazie a una percezione attiva che combina il dato sensoriale, cognitivo, culturale ed emotivo” ( Zucchi, 2007).

Figura 18: *Word and Picture*, laboratorio finalizzato alla costruzione di competenze letterarie, per stimolare il vocabolario e creare storie, dialoghi o poesie, che dura 90 minuti,

<http://www.fitzmuseum.cam.ac.uk/dept/education/schoolscolleges/primary.2.html>



Allo studio appena esaminato è seguita un’ indagine per la National Gallery di Londra, sempre condotta dal Centro di Ricerca per i Musei e le Gallerie (RCGM) nel settembre 2009, da Dodd J. e Jonse C., suddivisa in due fasi, *Articulate*..

*Articulate* ha vuole dimostrare come il museo possa costituire un valido approccio all’insegnamento della letteratura in contesto informale: sono stati coinvolti ragazzi dagli 11 ai 14 anni (1360 solo nella prima fase) e dopo aver visitato le collezioni della National Gallery, i ragazzi sono stati interessati nel produrre poemi, lettere, articoli giornalistici e altri generi.

Anche in questa indagine è emerso il ruolo determinante del museo nell’apprendere mediante giochi e scoperte, nell’incoraggiare in ambienti informali tutte le risposte pos-



sibili, senza creare l'ansia di essere valutati, nonché nell'incoraggiare la relazione museo-utente, e migliorare il rendimento in letteratura. I metodi seguiti sono stati diversi dall'intervista, all'osservazione, all'incontro con gli insegnanti e gli educatori museali, all'individuazione di 3 casi di studio nella seconda fase. Il 91% dei ragazzi intervistati ritiene che l'attività svolta alla National Gallery sia stata divertente e di ispirazione per scritture creative, realizzate a scuola.

Per quel che riguarda il **Museum of modern art (MOMA)** di New York, dall'analisi dell'offerta formativa e degli studi che il dipartimento educativo produce, emerge un atteggiamento di incoraggiamento alla scoperta dell'arte nei confronti del suo pubblico. Attenzione particolare, anche in questo caso viene data alla scuola con servizi didattici che vanno dall'infanzia all'età adulta. Gli obiettivi che il museo si prefigge sono di tre ordini:

1. svolgere attività di supporto ai curricula scolastici;
2. proporre sempre nuove esperienze formative per gli insegnanti e per il personale amministrativo;
3. coinvolgere i genitori dei più piccoli con attività seminariali e di laboratorio per interessare al ricco patrimonio che il museo possiede.

Il metodo didattico che il MOMA persegue è costantemente vagliato dalle direzioni scolastiche delle scuole coinvolte nei progetti educativi e condiviso con gli insegnanti. Lo scopo è quello di formare al 'pensiero visivo' attraverso domande che scaturiscono spontaneamente dalla presa di visione dell'opera d'arte. Gli insegnanti hanno a disposizione molti materiali didattici riguardanti le attività di laboratorio, e possono avvalersi del Teacher Information Center che archivia materiale audiovisivo e librario, possono inoltre usufruire delle mezze giornate di studio per approfondimenti sulle collezioni e sulle metodologie di insegnamento; dei week-end tematici; nonché del Summer Institute che collega il MOMA al Guggenheim Museum e al Whitney Museum of American Art, e propone percorsi di aggiornamento avanzato con l'obiettivo di acquisire capacità e competenze utili alla progettazione di lezioni artistiche e relativi materiali didattici.

Il museo propone inoltre materiale didattico on-line sulla collezione e sulle metodologie<sup>61</sup>. In tutto 9 lezioni tematiche (fig.19) e 7 attività creative (fig.20), che a loro volta si declinano in varie altre attività didattiche, suggerite dagli educatori del museo per ri-

---

<sup>61</sup> Per approfondimenti ved. <http://moma.org/modernteachers/>

flettere, creare, stimolare confronti, coinvolgere i ragazzi a tornare al museo e approfondire le tematiche trattate attraverso le collezioni.

Segue poi la rassegna di sottocategorie mediante le quali l'insegnante può costruire il suo intervento didattico (luoghi, persone, processi e materiali, cultura popolare, identità, città, ambiente, vita quotidiana, ritratti e paesaggi), grazie ai quali si accede a contenuti tematici.

Figura 19: *Lezione sull'Impressionismo*, obiettivi: confronto tra le due immagini, approfondimento dell'accezione 'moderno' in ambito artistico e storico, approfondimento del concetto di background; attività di classe: descrivere attraverso una scena teatrale il luogo nel quale si vive e collocarvi nel tempo presente.

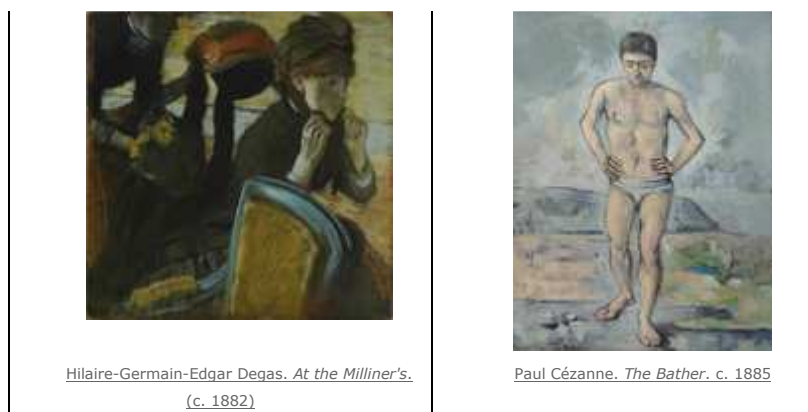


Figura 20: *Materials and Process*, obiettivi: esaminare la varietà di materiali e supporti che gli artisti usano per creare, riflettere sull'impatto che tali materiali possono avere sulla comunicazione, confrontare le immagini proposte; attività di classe: disegnare un soggetto a scelta e considerarlo in virtù del materiale usato, produrre un'improvvisazione riguardante il disegno creato e rifletterne con la classe.

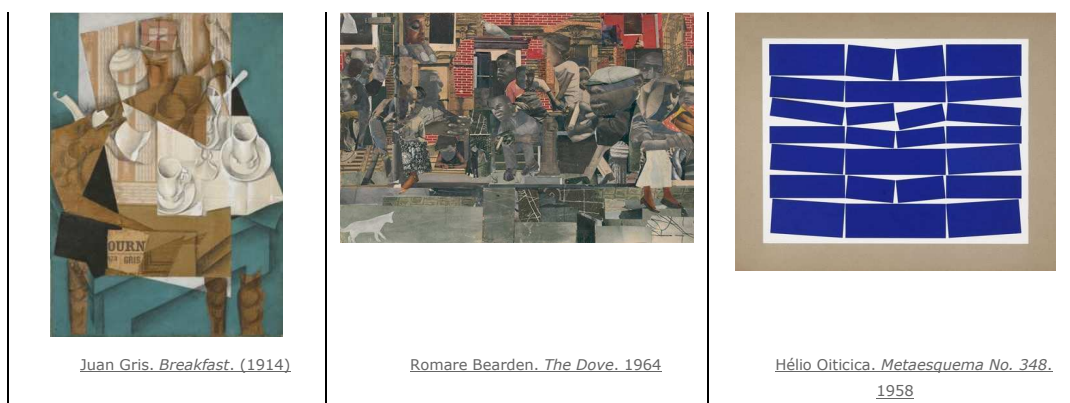


Figura 21 e 22: *Rise of the modern city*: si chiede ai ragazzi di visionare attentamente il dipinto *London Bridge*, di A. Derain (1906), poi li si invita a cercare altre immagini riguardanti città moderne e a confrontarle; il museo fornisce una sitografia, foto, mappe e altri dipinti. Sotto *Street Dresden*, Ernst Ludwig Kirchner (1907).



I servizi didattici, come già menzionato, sono ricchissimi, si va dalle visite di gruppo alle attività per i bambini e la famiglia; dalle attività dedicate ai teenager a quelle delle letture e seminari. Le visite di gruppo sono dedicate ai bambini, ai disabili, alle comunità di gruppo, alle scuole del II ciclo nonché alle università. Nei laboratori dedicati ai più piccoli (*K-12* per i bambini dai 4 ai 12 anni) si individuano cinque obiettivi di fondo che la didattica museale persegue:

1. incoraggiare gli studenti a partecipare, scegliere e comprendere la differenza tra pensare e fare;
2. proporre percorsi interattivi, interessanti e rilassanti di apprendimento;
3. proporre esperienze diverse tra loro ma che suscitino sempre interesse;

4. ricercare un atteggiamento empatico nei confronti delle idee e dei pensieri degli studenti, imparando e migliorando insieme, educatore e utente;
5. supportare quanto appreso al museo con materiali didattici creati e forniti dal museo stesso.

Risulta importante il ruolo che il museo svolge sia nel concordare le sue attività didattiche sia nel costruire la percezione che i ragazzi hanno dell'oggetto artistico.

*“The perception of a work of art is essentially interpretive, and the creation of a work of art is dependent on visual thinking and qualitative reasoning—the manipulation of non-linguistic percepts and concepts that are based in sensory stimuli and emotion<sup>62</sup>”* (Costantino, 2007, 2). È altresì rilevante il fatto che il museo stimoli l'apprendimento mediante oggetti concreti, giochi di gruppo, e una dimensione storica che li coinvolge appieno nell'esperienza della conoscenza.

*“Transposing their stories and feelings into objects of art and material culture, they envisioned themselves and their classmates [...] These intimate experiences went a long way toward restoring “art’s connectedness with the world”* (Jeffers, 2009, 14).

Figura 23: *Kids & Families*, bambini vengono coinvolti in diverse attività creative, dallo studio del colore alla creazione di mostre con i propri genitori, nonché nella semplice esplorazione della collezione (*Campbell's so cans*, A. Warhol, polimero sintetico, 1962)



Si è tentato di offrire a titolo esemplificativo alcuni esempi di servizi didattici che i musei nel mondo offrono, prediligendo il nostro sistema, che vanta delle eccellenze, ma

---

<sup>62</sup> Per lo studio condotto da Costantino T., presso la Georgia University, sull'apprendimento artistico e sulle relazioni che l'arte stabilisce con le altre competenze curricolari (linguistiche, creative e di pensiero) rimandiamo a *Articulating Aesthetic Understanding Through Making*, in *International Journal of Education & the Art*, vol. 8, n° 1, University of Illinois at Urbana-Champaign, 2007, <http://www.ijea.org/v8n1/index.html>

che risulta ancora molto arretrato sotto certi aspetti, come l'uso delle ICT per l'apprendimento in contesto informale all'interno dell'istituzione museale, tema su cui torneremo; il sistema anglosassone è stato, poi preferito fra gli altri perché di lunga e consolidata tradizione nell'offerta di servizi didattici, tanto da legarsi ai curricula scolastici; e infine sulla scia della scelta anglosassone e con un intento in parte emozionale si è voluto prendere in considerazione il MOMA di New York, per il ruolo che riveste nell'immaginario, di museo all'avanguardia per l'offerta dei servizi, per la qualità delle sue ricerche, e delle sue collezioni.

Dopo aver passato in rassegna questi esempi museali e aver fatto riferimento ad alcuni studi di settore, assai recenti, che ci hanno aiutato nel comprendere il vasto panorama della didattica museale, occorre ancora puntualizzare alcuni problemi, emersi nella fase di indagine. Ricercando, riflettendo e ripensando all'interessante materiale collazionato nel corso del tempo si sono distinte due forme di relazione che il museo ha intrattenuto con l'utenza durante i secoli. La prima che è quella di 'museo-tempio', tanto menzionata dagli umanisti, ormai lontana nei secoli, che imprime all'arte un attributo di sacralità e che allontana il fruitore, che necessita di esplorare, capire, indagare e, se necessario, anche mettere in discussione l'opera d'arte. Il secondo modello, emerso qua e là, nel corso della lettura dei documenti e dalla osservazione dei laboratori è quello che ben descrive Nicholas Serota, direttore generale della Tate Modern Gallery di Londra, in merito al MOMA di New York, in particolare sull'allestimento voluto da Kirk Varnedoe per J. Pollock nel 1992 (Serota, 2002, 32): *“Per lo spettatore non esiste possibilità di distrazione. Il controllo dello spazio e della luce, nonché l'attenzione concentrata su un gruppo di dipinti tra loro relazionati, serve a intensificare l'esperienza dell'opera di Pollock, creando una quieta e trascendente atmosfera che potrebbe richiamare quella di una cappella”*. Dal 'museo-tempio' si è passati alla 'cattedrale' contemporanea che nel museo proietta un luogo di emozioni collettive. Dal tempio alla 'cattedrale dell'estetica': basti pensare ad alcune architetture contemporanee che enfatizzano le collezioni e il ruolo del museo entro la città. Architetti di fama mondiale dedicano meravigliosi progetti agli edifici destinati a ospitare oggetti d'arte: basti pensare al Menil Collection Museum di Houston, alla Fondazione Martin Bodmer di Cologny o al Guggenheim Museum di Bilbao, progettato da Frank Gehry's.

Figura 24 e 25: Esterno del *Menil Collection Museum* di Houston, progetto di Renzo Piano: la luce naturale viene filtrata dallo speciale tetto di ferro-cemento e acciaio, le opere esposte sono illuminate solo dalla luce naturale; interno del museo, [www.menil.org/visit/generalinformation.php](http://www.menil.org/visit/generalinformation.php)



Figura 26 e 27: Fondazione Martin Bodmer, Biblioteca e Museo, Cologny: progetto di Mario Botta, lo spazio appare sconfinato e cangiante e libri appaiono sospesi in aria: area relax e teca, [http://www.botta.ch/Page/Re%202003\\_353\\_Bodmer\\_it%20\(Pu\).php](http://www.botta.ch/Page/Re%202003_353_Bodmer_it%20(Pu).php)



Figura 28: Museo Guggenheim di Bilbao, esterno, <http://barcelona.theoffside.com/files/2009/11/guggenheim-bilbao.jpg>



I grandi contenitori spettacolari, come quelli elencati, tendono a imporre la loro presenza architettonica sulla città e sul paesaggio come in passato il duomo o il santuario e a produrre sensazioni di solennità e mistero che attivano un'esperienza rituale (Vittoria, Clarelli, 2005).

Ma tornando al secondo modello, evidenziato dall'indagine compiuta, ossia il modello del 'museo-scuola', possiamo affermare che ha anch'esso radici antiche; ci basterà citare Federico Borromeo o ricordare come nel Seicento i nobili coltivassero l'ambizione di collezionare a scopo esplorativo e didattico. È un modello sancito dalla cultura positivista, e più tardi, nell'Ottocento, orientato all'educazione del gusto, mentre "nel Novecento diviene la bandiera anglosassone della museologia" (Ibidem, 101). Negli ultimi anni al museo-scuola si è associato anche un altro attributo, quello dell'intrattenimento, ciò testimonia i numerosi interventi proposti come 'eventi e novità', si va dal cocktail serale all'interno del museo alla festa di compleanno per più piccoli. Questa tendenza, seppur mossa dai migliori propositi, come dalla volontà di coinvolgere maggiormente il pubblico di tutte le fasce d'età, porta con se alcune implicazioni pericolose:

- a. credere che l'istituzione museale, nata e finalizzata all'accrescimento di conoscenza, all'archiviazione di opere nonché alla conservazione delle collezioni, possa e debba competere con l'industria del divertimento;
- b. stimare l'arte come 'qualcosa' di simile a un bene di consumo;
- c. limitare il museo a mero luogo di intrattenimento.

Dalle originali funzioni di archiviazione, conservazione, restauro e conoscenza, occorre però anche cogliere i nuovi comportamenti e gli emergenti bisogni dell'utenza, che preferisce imparare dilettandosi: ecco allora che la funzione di servizio didattico, tra le altre, risulta essere di primaria importanza per avvicinare il museo alla cittadinanza.

Dagli studi condotti e dalle riflessioni esplicitate sin qui abbiamo notato un alternarsi di vari modelli: che potrebbero essere denominati: museo-laboratorio, museo-comunicatore e almeno un altro, museo-piazza, ove non si visiona più soltanto l'opera d'arte ma ci si relaziona con altri utenti grazie a comodi punti relax, o magari si scambiano idee e opinioni, in spazi dedicati dalla moderna architettura, che tenta così di assolvere al difficile compito di rispondere alle nuove esigenze del pubblico.

Altro fatto che è emerso dall'indagine è quello per cui i musei italiani si trovano, rispetto a quelli stranieri in una fase transitoria, ove non è ancora presente la figura professionale dell'educatore museale e ove le disparità delle offerte a carattere didattico ci suggeriscono che ancora molta è la strada da percorrere, per arrivare a degli standard condivisi dalle molte istituzioni museali, sparse per il territorio italiano.



## 4 CAPITOLO QUARTO

### LA COMUNICAZIONE DELL'OGGETTO ARTISTICO: IL PATRIMONIO DEI BENI CULTURALI E LE NUOVE TECNOLOGIE DIGITALI

#### 4.1 LO SCENARIO NORMATIVO DELLA COMUNITÀ EUROPEA: VALORIZZAZIONE, TUTELA, ACCESSIBILITÀ, UNICITÀ DELL'OPERA D'ARTE

*Nell'agenda Europea per la cultura in uno mondo in via di comunicazione*<sup>63</sup> si ribadisce il concetto che l'Europa è orgogliosa della sua diversità culturale. La lingua, la letteratura, il teatro, le arti visive, l'architettura, l'artigianato, il cinema e la televisione, pur appartenendo a una regione o a un paese specifico, rappresentano una parte del comune patrimonio culturale europeo. L'Unione europea intende **tutelare e sostenere** questa pluralità, e contribuire a renderla **accessibile** agli altri. Si tratta in sostanza di obiettivi formulati dal trattato di Maastricht già nel 1992, e che vengono ancora perseguiti con mezzi e strumenti più efficaci come le nuove tecnologie. Emerge infatti l'importanza della digitalizzazione mediante le nuove tecnologie.

Nella Atto della **COM(2007)242**, del 10 Maggio 2007 relativo all'agenda per la cultura si dice che "il settore della cultura svolge un ruolo essenziale riguardo alle sue numerose implicazioni sociali, economiche e politiche" per l'Europa.

Si pone l'accento su tre principi:

- 1) diversità culturale e dialogo interculturale, con i quali si intende incoraggiare la mobilità degli artisti e dei lavoratori del settore, nonché qualsiasi forma di espressione artistica, e rafforzare le competenze e il dialogo interculturale;
- 2) dinamizzare la creatività nel quadro della strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione. Le industrie culturali contribuiscono al dinamismo dell'economia europea nonché alla competitività. Basti pensare che la cultura impiega ca. 5 mil. di persone in Europa. Quindi si promuoverà la creatività nell'istruzione; si rafforzerà la capacità organizzativa, ponendo l'accento sulle fonti di finanziamento innovative e sulle attività commer-

---

<sup>63</sup> Fonte: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/129019\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/129019_it.htm)

ciali; si incentiveranno partenariati efficaci tra le TIC, la ricerca, la cultura, il turismo;

- 3) la cultura quale elemento essenziale delle relazioni internazionali; questa priorità è accompagnata a sua volta da molte misure:
- proseguire il dialogo politico nel settore culturale e promuovere gli scambi culturali fra l'UE e i paesi terzi;
  - promuovere l'accesso ai mercati mondiali dei beni e dei servizi culturali, provenienti da paesi in via di sviluppo;
  - preservare il patrimonio culturale, sostegno ad attività culturali nel mondo;
  - tener conto della cultura locale in tutti i progetti finanziati dall'UE;
  - intensificare la partecipazione dell'UE ai lavori delle organizzazioni internazionali attive nel settore della cultura.

Nella decisione **n.1855/2006/CE** del 12 Dicembre 2006, *Programma "cultura"*<sup>64</sup>, si stanziavano 400 milioni di euro per favorire la **cooperazione transnazionale** tra gli operatori culturali e per **raccogliere e diffondere l'informazione**. L'obiettivo generale è la valorizzazione dello spazio culturale. Nel programma si fa leva nuovamente su tre temi:

- favorire la mobilità transnazionale dei professionisti del settore culturale;
- favorire la circolazione delle opere d'arte e dei prodotti culturali e artistici al di là delle frontiere nazionali;
- promuovere il dialogo interculturale.

La dotazione finanziaria di 400 milioni di euro sarà ripartita come segue:

- circa il 77% per il sostegno alle azioni culturali;
- circa il 10% per il sostegno agli organismi;
- circa il 5% per l'analisi e l'informazione;
- circa il 8% per la gestione del programma.

---

<sup>64</sup> Fonte: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/129016\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/129016_it.htm)

Nella decisione **1350/2008/CE** del 16 Dicembre 2008, per l'anno europeo della creatività e dell'innovazione (2009), si pone l'accento sulle capacità di **creare e innovare**. L'arte appare uno dei terreni più fertili, non solo nella sua più diretta emanazione che è l'opera d'arte stessa, ma anche nei processi gestionali e nelle comunicazioni che ineriscono l'ambito della cultura. Appare determinante non solo il contesto artigiano ma anche il progresso scientifico e tecnologico che si può originare e sviluppare specificatamente da questi settori. Perché l'innovazione e la realizzazione di nuove idee, nonché la creatività sono tutte intimamente connesse, e utili tanto ai settori economici e sociali, quanto alle discipline artistiche.

Vi è anche un motivo economico che è connesso alla valorizzazione e alla creazione artistica, che viene sostenuto a più riprese dai vari Atti della Commissione Europea. Quindi l'arte diviene 'materia' di relazione economica e ciò, per quanto possa inorridire alcuni, si è sempre verificato, almeno sin dalla nascita di una funzione più marcatamente sociale, tanto più ci si allontanava da quella sacrale. Ricordiamo le numerose opere commissionate ad architetti greci o latini, a pittori pompeiani, a scultori etruschi per vivificare il rapporto con la morte, per instaurare un rapporto con l'aldilà, ma è proprio quando si arriva a commissionare i primi cicli pittorici, seppur con tematiche agiografiche che l'artista trova un vero e proprio committente, la Chiesa in primis e appena più tardi il principe, siamo nel XIV sec. Perciò la 'commercializzazione' dell'arte, per quanto poco gradevole sotto alcuni punti di vista, e con aspetti limitativi inerenti gli scopi dell'atto creativo stesso, come ha messo in luce la Bauhaus, è uno degli aspetti che spesso ha accompagnato l'oggetto artistico nel corso della storia. La Comunità Europea ha solo ribadito nelle sue agende, l'immenso valore sociale ed economico che riveste il settore; ovviamente ponendo dei limiti al concetto di "commercializzazione", con cui si intende il 'commercio dell'esperienza dell'arte', ossia:

- la compravendita legale di un' opera;
- la promozione di eventi culturali, tesi a migliorare il livello educativo della popolazione europea, dell'identità europea, della conoscenza della storia e delle tradizioni europee;
- la partecipazione al mondo artistico a vario titolo, sia come artista in prima linea o come occupato nel settore;

- ma anche la circolazione di idee, di progetti innovativi di creatività sia artistica che industriale: quest'ultima è stata relazionata allo sviluppo dell'arte e alla sua promozione e divulgazione. Pensiamo allo sforzo attuato da tutti i paesi dell'Unione Europea per rispondere alle esigenze di digitalizzare i propri patrimoni culturali.

Intimamente legata all'azione commerciale dell'arte è l'accessibilità, ossia per rendere accessibile un bene culturale, occorre renderlo fruibile a più persone possibili, da qui lo sforzo di creare dei portali ad hoc come *Digicult* o *TeLearn*, per l'informazione sui progetti europei, ma anche *intute* o *Artcyclopedia*, per cercare specifiche informazioni d'arte per esperti del settore o appassionati, o ancora il World Heritage dell'Unesco<sup>65</sup>, che promuove i siti nel mondo.

La cultura riveste, dunque, un ruolo di primaria importanza nella competitività dei Paesi dell'Unione Europea, di qui l'esigenza di fruire il più liberamente possibile dell'opera d'arte, sia essa teatrale o cinematografica, libraria o museale, architettonica o scultorea. Inutile ricordare i numerosi studi che prefigurano nel breve termine, l'aumentare del tempo libero, causato dalla riduzione dell'orario di lavoro e dall'aumentare dell'età media di invecchiamento, per le migliori condizioni di vita.

Tutto fa intuire uno scenario in cui l'intrattenimento, anche quello con attributi culturali, sarà enormemente ricercato da un numero sempre più alto di individui.

A questo punto vorrei solo fare una piccola digressione sul concetto di *unicità* dell'opera artistica che si vede messa in crisi dal concetto qui menzionato di *accessibilità*. Uno studio piuttosto interessante di W. Benjamin (1955) sul tema della riproducibilità dell'opera artistica, affrontava già negli anni Cinquanta la problematica delle nuove tecnologie, e, se vogliamo in maniera originale, discuteva le tematiche dell'*aura artistica* e dell'*esponibilità*. Tale approccio sebbene sorpassato nell'era dei internet, per certi aspetti, rimane valido elemento di riflessione riguardo la commercializzazione e l'accessibilità all'arte.

Il linea di principio, l'opera d'arte è sempre stata riproducibile. Una cosa fatta dagli uomini ha sempre potuto essere rifatta da uomini. (B., 2000, 20) Pensiamo agli allievi della bottega di Giotto che ripetevano all'infinito motivi decorativi, preparazioni, intonaci e fondi, per apprendere il mestiere; pensiamo ancora alle innumerevoli copie fatte

---

<sup>65</sup> Ved. [http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL\\_ID=34323&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=34323&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

dai maestri per diffondere un motivo, le vedute di Venezia a opera del Canaletto; e infine pensiamo alle innumerevoli copie di originali postume, Gioconde, Veneri, prodotte per accogliere l'accresciuta domanda d'arte a fine '800 da parte della borghesia; consideriamo ancora le monete, le terrecotte greche, riprodotte incalcolabili volte per consolidare un canone o uniformare l'oggetto dello scambio. Ma nel caso di una riproduzione cosa sostanzialmente cambia? Cambia l'*hic et nunc* che rende unica l'opera in quel preciso momento storico con tutto il suo sapore e il suo significato (Benjamin, 2000); manca l'aura che circonda l'opera e che la rende patrimonio della collettività. L'unicità stringe poi un patto indissolubile con il tempo che consolida il valore dell'opera e accresce la sua aura; mentre nel caso della copia, la labilità e la ripetibilità screditano la copia medesima che non riesce a trovare nel tempo un sicuro alleato. L'unicità, inoltre, trova il suo valore nel rituale, dapprima sacrale e poi sociale.

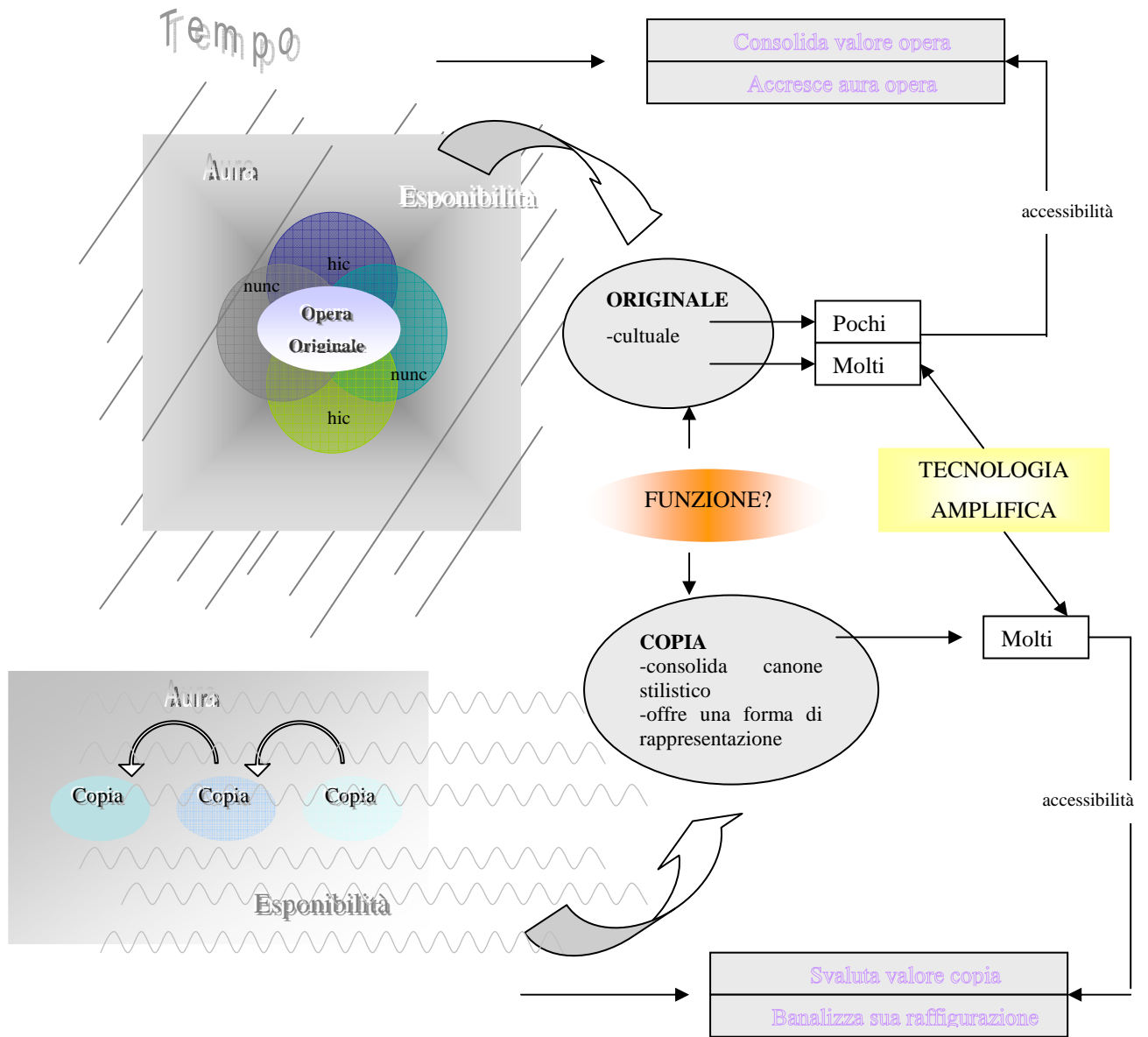
Tenere conto di queste connessioni è determinante in un'analisi sul manufatto artistico in un'epoca in cui la riproducibilità ha reso l'immagine dell'opera originale, onnipresente: pensiamo ad alcune immagini della *Venere di Milo*, su maglie, tazze, stoffe da tappezzeria, o ancora la litografia di *Marylin Monroe* di Warhol ripetuta su abiti, borse ecc. Nell'istante in cui l'autenticità viene meno, cambia allora anche la funzione artistica. Come reagiamo a queste immagini? Quale fruizione ne facciamo? Che orientamento prende il nostro pensiero di fronte alla milionesima *Venere di Milo*? Come fruiamo dell'arte oggi che è mediata da internet, TV, cellulari, PDA, PC? Cosa accade alla cultura quando è mediata da una ragnatela di comunicazioni interattive e individualizzate.

All'inizio la funzione dell'arte è confinata nel culturale, pensiamo all'uomo delle caverne che dedicava agli spiriti cavalli, cervi in corsa, buoi; poi con l'emergere di altri bisogni, tra cui quello educativo e quello elogiativo, l'arte esce dal tempio per riversarsi nelle piazze e attrarre non più pochi adepti, ma la collettività, la società, e infine la massa. È in questo momento storico che il valore dell'*esponibilità* sostituisce quello culturale, e diviene esso stesso funzione artistica. Privando l'arte del suo fondamento culturale e della sua unicità, la riproducibilità tecnica mette in discussione l'apparenza della sua autonomia (B., 2000, 29). La tecnica mette in crisi l'unicità, e facendolo, amplifica il valore dell'opera. Infatti non è sufficiente magnificare le pratiche di marketing, per spiegare le mostre evento: fenomeni che attirano centinaia di migliaia di turisti, disposti a tutto pur di vedere la *Dama con l'ermellino* di Leonardo da Vinci (1998, Accademia di Belle

Arti di Brera), o l'*Annunciata* di Antonello da Messina (2007, Museo Diocesano di Milano) si comprendono solo se riconsiderati in una dimensione di rinnovati bisogni sociali, quali quello della presa in visione del manufatto il cui valore esponibile è il più alto in quel momento storico. *“Oggi assistiamo a una proliferazione dell’aura [...] Qualunque oggetto promana un flusso fascinoso e tutto ciò grazie alla (pubblicità) [...] Tutto ciò non ha più niente a che fare con l’arte [...] In nome di una libertà di espressione eccentrica [...] si installa un nuovo accademismo, l’accademismo della tecnologia.”* (Baj 2002, 18 ss.). Ove internet che ci è stato propagandato come una rivoluzione è assai meno importante che non l’invenzione della scrittura o della stampa, e la portata rivoluzionaria, di conseguenza, assai minore, si tratterebbe solamente di un ‘prodigioso perfezionamento’. I curatori e i critici sono gli esperti e gli altri rimangono fuori dalla vera comprensione dell’opera d’arte. Ma Giotto parlava a tutti. I curatori di mostra e i direttori dei musei non vogliono saperne di dibattiti e critiche sull’arte, sono gli unici a detenere la verità sull’arte. Così come gli edifici che la contengono sono divenuti essi stessi custodi dell’arte ufficiale, quella consacrata non nei salotti, ma nei consigli di amministrazione di grandi aziende pubblicitarie che creano l’aura intorno all’artista, e lo consacrano nei nuovi templi dell’arte, quali il Guggenheim o il Whitney Museum (ibidem).

Quale che sia la nostra posizione, sia che si sia fiduciosi nei confronti delle nuove tecnologie e che si considerino i nuovi musei veri e propri capolavori d’arte che ne contengono altri, sia che si veda nell’ICT una possibilità di comunicazione e null’altro, nonché si ponga al centro del proprio dibattito la critica alla musealizzazione che magnifica se stessa attraverso architetture ‘spavalde’ e curiose: rimane da considerare quale sia la relazione che la tecnologia intrattiene con l’arte.

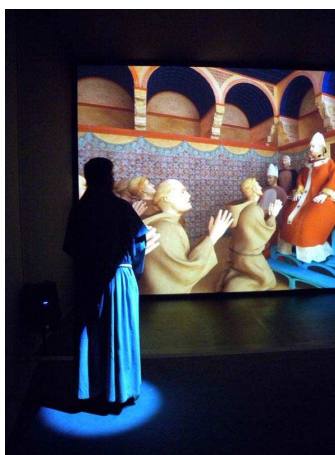
Figura 1: L'originale e la copia d'arte: le loro funzioni nel tempo attraverso la fruizione artistica



## 4.2 RELAZIONE TRA ARTE E NUOVE TECNOLOGIE: DOMANDA, OFFERTA, MODELLI, PROGETTI

Le nuove tecnologie che relazione intrattengono con l'arte? Sappiamo che la tecnologia può essere valido strumento di ausilio nel produrre arte, pensiamo a Bill Viola, noto per la sua video arte; per conservare al meglio o per restaurare, pensiamo allo sforzo fatto dai restauratori dell'Istituto Centrale per il Restauro all'indomani del terremoto che colpì la bella Basilica di Assisi e al meticoloso e dovizioso restauro conservativo, impensabile senza le nuove tecnologie; per tutelare e gestire, riflettiamo sui particolarissimi congegni che tutelano dai malintenzionati opere senza tempo come la *Gioconda* o la *Primavera del Botticelli*, sistemi di allarme raffinatissimi che senza le nuove tecnologie non sarebbero progettabili, e ricercatissimi sistemi software per archiviare immagini e dati; per fruire dell'arte consideriamo le innumerevoli applicazioni artistiche, è proprio di questa primavera, la proposta riguardante la visita 3D su Giotto e i suoi cicli pittorici, nonché la particolare proposta presso il Palazzo del Monte Frumentario di vivere l'approvazione della Regola francescana mediante figure ad altezza reale in realtà virtuale, con le quali si può entrare in contatto con i soli movimenti corporei<sup>66</sup>.

Figura 2 e 2a: Coinvolgimento del fruitore mediante realtà virtuale nel ciclo pittorico giottesco, <http://www.icoloridigiotto.it/comunicazione.html>



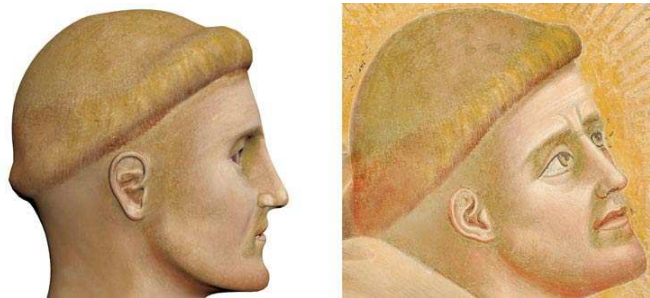
---

<sup>66</sup> In una specifica sezione dell'allestimento si può entrare letteralmente nell'affresco: i personaggi si animano e dialogano con San Francesco e Innocenzo III, per disquisire sulla Regola francescana, i visitatori possono interagire nello spazio, come se facessero parte del ciclo pittorico (ved. Haltadefinizione in <http://www.haltadefinizione.com/>, progetto di E.Pietroni e F.Antinucci, Assisi 2010 )





3: Modellatura del volto di San Francesco in 3D e mappatura mediante pittura giottesca: l'architettura, gli oggetti, le figure umane gli effetti di chiaroscuro sono tutti ricostruiti in 3D a partire dall'affresco giottesco. L'analisi dei punti di vista e delle proporzioni sono stati basilari nel ricostruire la resa volumetrica, mentre la tessitura cromatica è stata rilevata mediante l'altissima definizione e ricostruita tramite una 'mappatura' cromatica (texturing), <http://www.icoloridigiotto.it/acquisizione.html>; ved. anche intervista a Luca Ponzio, presidente di Haltadefinizione, [http://www.youtube.com/watch?v=IzfCZMZM5Qk&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=IzfCZMZM5Qk&feature=player_embedded), (2010)



È sull'ultima delle possibilità menzionate, ossia sulla fruizione artistica che si concentrerà il nostro interesse, pertanto gli altri aspetti qui elencati non verranno analizzati, sebbene anche l'aspetto fruitivo non comporti nessuna pretesa di esaustività ma solo di riflessione sulla tematica dell'esporre e del fruire.

Tentiamo, osservando alcuni dati, di analizzare la fruizione artistica in Italia oggi.

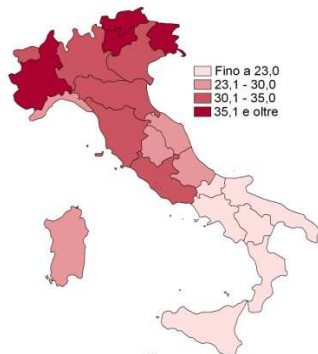
Tabella 1: Visitatori Musei dai 6 anni divisi per genere espressi in percentuale (2009), <http://culturaincifre.istat.it/>

CLASSI DI ETÀ	Maschi	Femmine	Totale
6-10	40,3	40,0	40,1
11-14	43,6	51,0	<b>47,3</b>
15-17	38,3	50,1	<b>44,1</b>
18-19	38,1	45,5	41,7
20-24	28,6	39,7	34,1
25-34	28,9	32,6	30,7
35-44	27,8	32,2	30,0
45-54	31,5	34,1	32,8
55-59	28,4	30,3	29,4
60-64	29,1	25,4	27,2
65-74	19,6	17,2	18,3
75 e più	8,2	6,4	7,1
<b>Totale</b>	<b>28,2</b>	<b>29,4</b>	<b>28,8</b>

La domanda culturale è in crescita, lo dicono i dati ISTAT. Nonostante la crisi di quasi tutti i settori, quello del turismo culturale regge l'impatto delle economie globalizzate e si ritaglia ampie fette del turismo mondiale. Già nel 2005 l'ENIT indicava l'Italia come meta preferita da buona parte dei turisti culturali stranieri: statunitensi, spagnoli, portoghesi, giapponesi, francesi e scandinavi, che hanno mediamente un grado elevato di cultura e possibilità economiche.

Le rilevazioni qui di seguito mostrano come la percentuale degli Italiani che si rechi a una mostra dai 6 anni in su si situi intorno al 29%; come il Nord frequenti più facilmente musei; come si sia verificato un incremento pari a ca. 2 milioni di utenti in 7 anni per un introito pari a quasi 100 milioni di euro solo nel 2009. I siti maggiormente visitati sono stati il *Colosseo* a Roma, gli *Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei* e la *Galleria e il Museo degli Uffizi* di Firenze.

Tabella 2: Visitatori dei musei/mostre dai 6 anni in su divisi per regione espressi in percentuale (2009), <http://culturaincifre.istat.it/>



Regioni	Visitatori di musei o mostre %
Piemonte	<b>36,4</b>
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	34,0
Lombardia	33,4
Liguria	28,3
Bolzano/Bozen	43,2
Trento	44,3
Veneto	33,8
Friuli-Venezia Giulia	<b>38,3</b>
Emilia-Romagna	33,3
Toscana	32,2
Umbria	29,3
Marche	28,8
Lazio	<b>34,0</b>
Abruzzo	24,0
Molise	18,4
Campania	19,2
Puglia	15,8
Basilicata	21,2
Calabria	17,1
Sicilia	20,8
Sardegna	27,9
<b>Italia</b>	<b>28,8</b>

Tabella 3: Istituti Statali d'antichità e arte per tipo di istituto con visitatori espressi in migliaia (2002 – 2009), <http://culturaincifre.istat.it/>

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>MUSEI/GALLERIE</b>								
Numero	192	194	192	193	196	197	199	207
Visitatori	10.524	10.177	10.574	10.186	10.947	10.728	10.072	9.860
<b>CIRCUITI MUSEALI</b>								
Numero	35	35	35	36	35	35	33	34
Visitatori	<b>4.763</b>	4.946	5.223	6.072	6.812	7.352	7.269	<b>7.111</b>
<b>MOMUMENTI/AREE ARCHEOLOGICHE</b>								
Numero	200	207	211	210	206	203	201	212
Visitatori	14.982	15.328	16.430	16.790	16.816	16.363	15.760	15.361
<b>TOT ISTITUTI (senza circuiti museali)</b>								
Numero	392	401	403	403	402	400	400	419
Visitatori	<b>30.269</b>	30.451	32.227	33.048	34.575	34.443	33.101	<b>32.332</b>

Tabella 4: Musei, Monumenti, Aree Archeologiche Statali, Visitatori e Introiti (1996 - 2009), <http://culturaincifre.istat.it/>

	VISITATORI					INTROITI LORDI * (Euro)	
	degli Istituti a Pagamento			degli Istituti Gratuiti	Totale		
	Paganti	Non Paganti	Totale				
<b>1996</b>	11.366.184		7.074.331	18.440.515	6.589.240	<b>25.029.755</b>	52.715.714,24
<b>1997</b>	12.008.548		8.104.291	20.112.839	5.949.646	<b>26.062.485</b>	56.248.195,76
<b>1998</b>	13.871.465		8.289.305	22.160.770	5.568.599	<b>27.729.369</b>	65.973.241,34
<b>1999</b>	13.492.783		8.486.916	21.979.699	5.315.869	<b>27.295.568</b>	66.005.067,63
<b>2000</b>	15.488.306		8.236.881	23.725.187	6.450.639	<b>30.175.826</b>	77.017.081,84
<b>2001</b>	15.729.599		8.178.187	23.907.786	5.635.234	<b>29.543.020</b>	80.975.604,64
<b>2002</b>	15.045.519		8.226.311	23.271.830	6.996.657	<b>30.268.487</b>	85.844.522,17
<b>2003</b>	14.432.790		8.502.167	22.934.957	7.516.286	<b>30.451.243</b>	85.288.381,73
<b>2004</b>	15.160.792		8.720.543	23.881.335	8.345.305	<b>32.226.640</b>	90.087.582,63
<b>2005</b>	15.529.755		8.468.346	23.998.101	9.050.036	<b>33.048.137</b>	93.971.432,98
<b>2006</b>	16.464.517		9.109.700	25.574.217	9.000.374	<b>34.574.591</b>	104.411.476,90
<b>2007</b>	16.246.943		9.634.213	25.881.156	8.561.941	<b>34.443.097</b>	106.033.174,64
<b>2008</b>	15.602.735		8.728.968	24.331.703	8.771.318	<b>33.103.021</b>	104.010.425,94
<b>2009</b>	14.612.532		9.040.380	23.652.912	8.692.463	<b>32.345.375</b>	<b>97.091.814,44</b>

Tabella 5: I Musei, i Monumenti e le Aree Archeologiche Statali più visitati in Italia (2009), <http://culturaincifre.istat.it/>

MUSEI, MONUMENTI E AREE ARCHEOLOGICHE STATALI  
Tavola 8 - Top 30 Visitatori Istituti a pagamento

N.	Denominazione Museo	Codice Circuito Associato (a)	Comune	Totale Visitatori	Totale Introiti Lordi (Euro) *
1	Circuito Archeologico "Colosseo, Palatino e Foro Romano" (dal 1° dicembre 2007 il circuito comprende anche il Foro Romano) - ROMA (b)	3	ROMA	4.655.203	30.423.950,00
2	Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei - POMPEI	23	POMPEI	2.070.745	16.369.854,70
3	Galleria degli Uffizi e Corridoio Vasariano - FIRENZE		FIRENZE	1.530.346	7.522.524,75
4	Galleria dell'Accademia di Firenze - FIRENZE		FIRENZE	1.130.149	5.812.933,75
5	Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo - ROMA		ROMA	804.272	2.609.898,00
6	Circuito Museale (Museo degli Argenti, Museo delle Porcellane, Giardino di Boboli, Galleria del Costume, Giardino Bardini (non statale)) - FIRENZE (b)	4	FIRENZE	640.320	1.930.541,00
7	Circuito Museale Complesso Vanvitelliano - Reggia di Caserta (Palazzo Reale e Parco di Caserta, Giardino all'Inglese, Museo dell'Opera e del Territorio) - CASERTA		CASERTA	562.256	1.282.084,73
8	Museo e Galleria Borghese - ROMA		ROMA	513.775	2.220.014,00
9	Museo delle Antichità Egizie - TORINO		TORINO	508.756	1.462.506,00
10	Villa d'Este - TIVOLI		TIVOLI	434.206	1.614.762,00
11	Circuito museale (Galleria Palatina e Appartamenti Monumentali Palazzo Pitti, Galleria d'Arte Moderna) - FIRENZE (b)	4	FIRENZE	366.765	1.861.321,50
12	Pinacoteca di Brera - MILANO		MILANO	336.981	1.819.785,50
13	Gallerie dell'Accademia - VENEZIA	7	VENEZIA	333.098	1.421.945,75
14	Cenacolo Vinciano - MILANO		MILANO	330.071	1.687.868,00

La crescita del turismo culturale è da collegarsi indubbiamente all'aumento di tempo libero ma anche a un cambiamento di comportamenti sociali nei confronti del bene culturale: sempre più soggetto a tagli delle spese pubbliche e sempre più oggetto di costose manutenzioni, affascina e provoca, conduce alla riflessione e al passato, si vivifica, intrattenendo spettacoli live e mostrando la sua preziosità. I flussi relativi alle mostre temporanee raddoppiano i loro valori<sup>67</sup> negli ultimi anni. Vi sono però alcune tipologie di pubblico che potrebbero essere stimulate maggiormente, ancora lunga è la strada per captare il target dei 'disinteressati'. In ogni caso il panorama della fruizione che riguarda i Beni Culturali è assai vario e frammentato, e non esiste un vero e proprio osservatorio che nel tempo abbia messo in luce cambiamenti di atteggiamento nei confronti del bene artistico, esistono piuttosto delle 'indagini spot' condotte dalle varie Università Italiane e da vari Centri di ricerca, che però non ricostruiscono veri e propri quadri di analisi complessivi o studi esaustivi sulla fruizione del bene artistico; è altresì vero che esistono le indagini ISTAT, EUROSTAT, e del Ministero per i Beni Culturali e le Attività Culturali che indagano la spesa individuale, i siti più frequentati, i costi e gli introiti, fotografando l'economia dei Beni Culturali nel nostro paese. Dati che però non ci aiutano a teorizzare uno stile di fruizione e nemmeno a indagare la relazione con le nuove tecnologie. Passando in rassegna varie indagini e recenti ricerche ricordiamo il tentativo della Fondazione Fitzcarraldo di delineare le diverse fasi di una visita culturale che prevederebbe:

- 1) la percezione di un bisogno;
- 2) la ricerca di informazione;
- 3) le valutazioni delle alternative;
- 4) l'acquisto;
- 5) la visita;
- 6) il post visita.

---

<sup>67</sup> Cfr. Guerzoni, Le mostre, in *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000*, (a cura di) Bodo C. e Spada C., 2004.

Ma anche queste indicazioni, seppur utili, rimangono sulla superficie e non ci aiutano nella nostra indagine. Emerge inoltre degli studi di Solima<sup>68</sup> che la motivazione svolge un ruolo cruciale nella visita museale. Infatti il pubblico che visita un museo o una mostra per ragioni di studio, rappresenta una nicchia, è caratterizzato da un livello scolare medio - alto ed è già culturalmente preparato sulla collezione esposta; mentre la buona parte dei visitatori si avvicina al bene artistico in modo più semplice, cerca una comunicazione chiara, ricca di aneddoti e dettagli, che lo conduca alla comprensione e al contesto storico di produzione in maniera quasi spontanea. Esiste, inoltre, una domanda di apprendimento che fuoriesce dai tradizionali canali scolastici, che ripropone in modo informale passaggi storici, genesi creative, approfondimenti sulla vita dell'artista e sulla letteratura coeva, seguendo la strada dell'apprendimento papertiano (1999) e che non trova immediata risposta nelle istituzioni museali. È inoltre importante, come emerge dagli studi solimiani (1999) la componente emotiva il desiderio di poter essere coinvolti in modo più totalizzante nell'esperienza dell'arte.

Spesso la lettura dei pannelli e dei supporti informativi risulta incoerente rispetto all'esposizione: per posizionamento, per dimensione del carattere e per prolissità, soprattutto nelle mostre –evento che raccolgono migliaia di utenti.

Gli allestimenti giocano un ruolo fondamentale (Guerzoni, 2000) e hanno un impatto maggiore sull'esperienza, fidelizzando l'utente nel caso di particolare rilievo scenico emozionale.

Il livello culturale influisce anch'esso sulla scelta della mostra e su alcune modalità comportamentali, a esempio se seguire il percorso, se andarci con un gruppo organizzato e una guida oppure preferire la libertà della visita per conto proprio. Per chi ha un basso livello scolare diviene necessario un supporto e una modalità informativa facile, intuitiva e che metta in gioco la dimensione della scoperta. La visita a un museo inoltre stimola comportamenti organizzativi che corrispondono a uno spostamento di gruppo o molto spesso a una gita 'fuoriporta', il che coinvolge l'indotto (alberghi, ristoranti, bar, servizi di intrattenimento vario...) come conferma il Rapporto sul Turismo Italiano (2005) che vede l'insieme della città d'arte rappresentare il 28% del valore complessivo dell'introito economico turistico. *“La visita al patrimonio culturale si configura come una esperienza di consumo caratterizzata da una ‘utilità marginale crescente e qualifi-*

---

<sup>68</sup> Cfr. Solima, Il pubblico dei musei, Gangemi, 2000.

*cata', nel senso che il consumo precedente di un bene si traduce non solo in bisogno di ulteriori consumi dello stesso genere, ma anche in esperienze di consumo via via sempre più approfondite"* (Granelli, Traclò, 2006, 14).

I giovani sono una categoria di estremo interesse, come mostrano i dati, perché rappresentano il pubblico futuro, oltre che quello presente. Si ritiene quindi sia necessario educarli alla conoscenza museale e al coinvolgimento mediante uno stile di apprendimento più vicino alle loro richieste, ossia quello informale; ma sue queste tematiche torneremo più nel dettaglio nel prossimo capitolo. Osservando la tav.1 notiamo che la fascia più consistente in fatto di presenza al museo è quella che va dai 6 ai 19 anni, per poi scendere al 18 % per gli over 65, il che potrebbe indurre a riflessione su strategie mirate al maggior coinvolgimento del pubblico anziano. I giovani desiderano crescere culturalmente, conoscere, approfondire, esplorare e dichiarano il bisogno di metodi e stili innovativi; gli anziani invece avvertono il bisogno di supporti chiari e semplificati inerenti l'orientamento nella mostra, la comprensione dell'esposizione, nonché di supporti d'ausilio per le limitate capacità fisiche legate all'età (caratteri più grossi, spiegazioni brevi...) <sup>69</sup>.

Le famiglie con i bambini rappresentano una quota interessante di possibili visitatori da attrarre, poiché il peso demografico è pari al 57 % del totale delle famiglie, e da numerose indagini emerge che spesso i genitori scelgono attività di intrattenimento che vedano coinvolti i più piccoli, quindi ancora molti sono i musei che potrebbero positivamente rispondere a questo appello, e offrire attività, laboratori, giornate al museo, ove il divertimento si intrecci all'educazione.

---

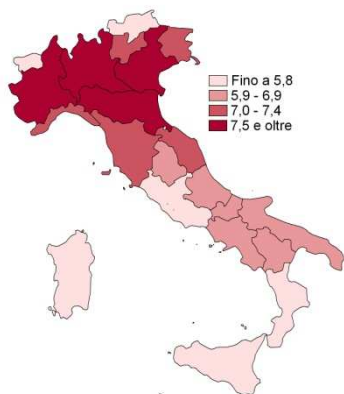
<sup>69</sup> Cfr. Indagine sul pubblico dei musei lombardi, Fondazione Fitzcarraldo, marzo 2004.

Tabella 6: Spesa delle famiglie per ricreazione e cultura (2000 – 2007) variazioni percentuali sull'anno di riferimento 2000, <http://culturaincifre.istat.it/>

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	Quota di spesa per ricreazione e cultura sulla spesa totale per consumi								Variazione media annua su valori concatenati
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000- 2007
Piemonte	8,5	8,4	8,4	8,1	8,3	7,9	7,8	8,0	1,4
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	5,8	5,7	5,7	5,7	5,7	5,5	5,3	5,7	1,1
Lombardia	7,8	7,7	7,6	7,5	7,6	7,4	7,8	7,7	1,8
Liguria	7,0	7,0	6,9	6,8	7,0	6,8	6,8	7,0	1,0
Trentino-Alto Adige	6,9	6,9	6,9	6,7	6,8	6,4	6,4	6,3	0,3
<i>Bolzano/Bozen</i>	6,4	6,4	6,4	6,3	6,3	6,1	6,1	5,6	-0,2
<i>Trento</i>	7,4	7,3	7,3	7,2	7,3	6,7	6,7	7,1	0,7
Veneto	8,1	8,0	7,9	7,7	7,8	7,4	7,4	7,8	2,0
Friuli-Venezia Giulia	7,3	7,2	7,1	6,9	7,1	6,8	6,8	7,2	1,8
Emilia-Romagna	8,5	8,5	8,4	8,2	8,4	8,0	8,0	8,1	1,4
Toscana	7,8	7,6	7,6	7,4	7,6	7,2	7,2	7,4	1,3
Umbria	7,3	7,3	7,1	7,0	7,1	6,9	6,8	6,8	1,8
Marche	8,1	7,9	7,8	7,7	7,9	7,5	7,5	7,3	0,9
Lazio	6,7	6,6	6,5	6,4	6,5	6,1	6,0	5,7	-0,3
Abruzzo	6,8	6,6	6,6	6,5	6,6	6,3	6,2	6,0	0,0
Molise	6,3	6,2	6,2	6,1	6,2	5,9	6,0	6,8	3,5
Campania	6,2	6,1	6,1	5,9	6,0	5,8	5,8	5,9	0,9
Puglia	6,5	6,4	6,3	6,2	6,3	6,1	6,0	5,9	0,3
Basilicata	7,3	7,2	7,2	7,0	7,1	6,8	6,8	5,9	-1,3
Calabria	6,0	5,9	5,9	5,8	5,8	5,5	5,5	5,4	0,5
Sicilia	5,9	5,8	5,8	5,9	6,0	5,7	5,6	5,6	0,9
Sardegna	6,3	6,2	6,2	6,2	6,3	6,0	6,0	5,7	-0,2
<b>Nord-ovest</b>	7,9	7,8	7,7	7,6	7,7	7,5	7,6	7,7	<b>1,6</b>
<b>Nord-est</b>	8,0	8,0	7,9	7,7	7,9	7,5	7,5	7,7	<b>1,6</b>
<b>Centro</b>	7,3	7,1	7,1	6,9	7,1	6,7	6,6	6,6	0,6
<b>Centro-Nord</b>	7,8	7,7	7,6	7,4	7,6	7,2	7,3	7,4	<b>1,3</b>
<b>Mezzogiorno</b>	6,2	6,2	6,1	6,0	6,1	5,9	5,8	5,8	0,6
Italia	7,3	7,2	7,2	7,0	7,2	6,9	6,9	6,9	1,1



Tabella 7: Spesa delle famiglie per ricreazione e cultura (2007) in percentuale sulla spesa totale dei consumi, <http://culturaincifre.istat.it/>



Regioni	Quota spesa per cultura
Piemonte	<b>8,0</b>
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	5,7
Lombardia	<b>7,7</b>
Liguria	7,0
Bolzano/Bozen	5,6
Trento	7,1
Veneto	<b>7,8</b>
Friuli-Venezia Giulia	<b>7,2</b>
Emilia-Romagna	8,1
Toscana	<b>7,4</b>
Umbria	6,8
Marche	7,3
Lazio	<b>5,7</b>
Abruzzo	6,0
Molise	6,8
Campania	5,9
Puglia	5,9
Basilicata	5,9
Calabria	<b>5,4</b>
Sicilia	<b>5,6</b>
Sardegna	<b>5,7</b>
Italia	6,9

Dall'ultimo *Pocketbooks* di Eurostat (2007) emerge un quadro non particolarmente entusiasmante, poiché i consumi culturali in Europa paiono essere percentualmente diminuiti rispetto al 2002, e l'interesse per le mostre e i musei sembra essere particolarmente sviluppato dalla popolazione con un più alto livello scolare mentre i giovani sono più attratti dal cinema, dalle biblioteche e dai concerti. Come si nota dalla tabella 9, è ancora molto alto l'interesse per i monumenti storici, le chiese, i siti archeologici, immediatamente seguito dal cinema e dai musei e dalle gallerie<sup>70</sup>.

<sup>70</sup> Dati Eurostat indicizzati mediante l'eurobarometro, ossia 1000 interviste faccia a faccia per ognuno degli Stati Membri dell'Unione Europea. Questo modello fu stabilito nel 1973 con qualche eccezione per la Germania (2000 questionari, il Lussemburgo 500, Inghilterra 1300). Esistono diversi tipi di eurobarometro, ricordiamo anche quello qualitativo, condotto su giovani e giovanissimi mediante focus group.

Tabella 8: Partecipazione alle attività Culturali in Europa (2007), espressi con euro barometro, fonte Eurostat

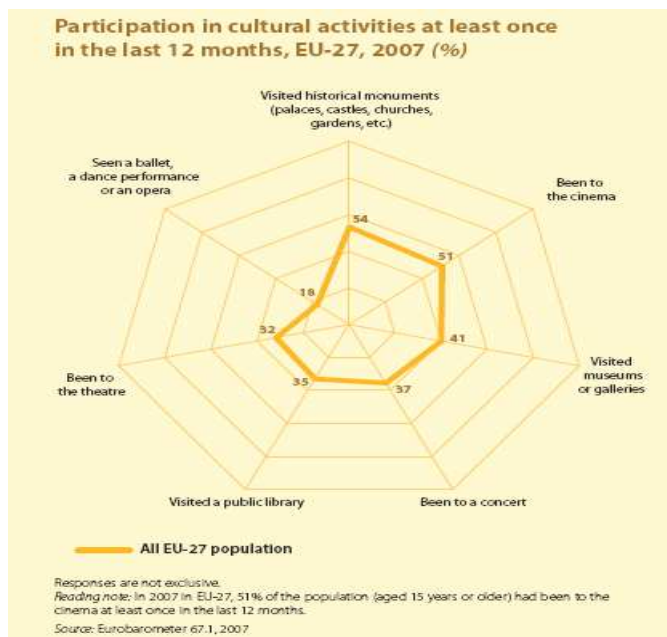
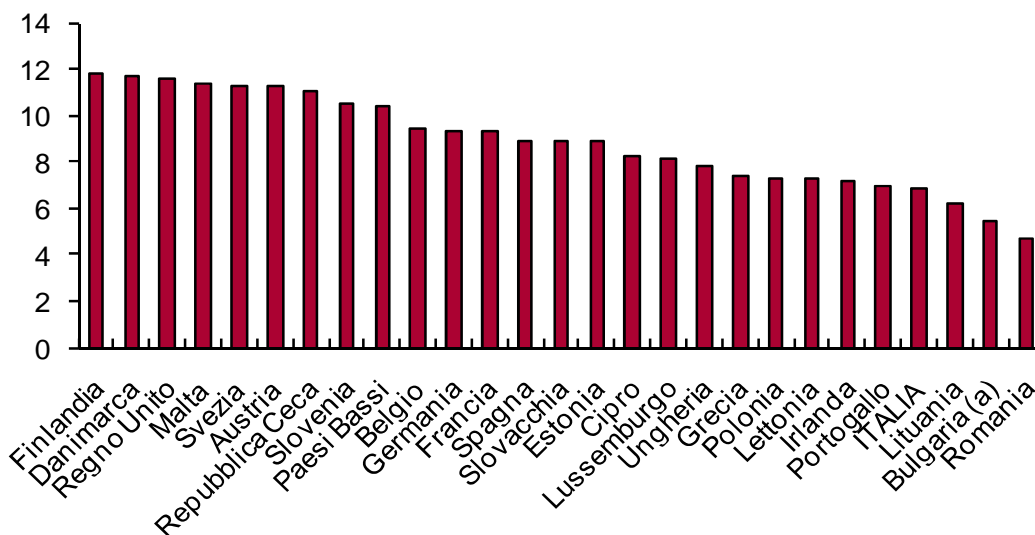


Tabella 9: Spesa delle famiglie per ricreazione e cultura Paesi UE (2006) in percentuale sulla spesa totale dei consumi, <http://culturaincifre.istat.it/>



Negli ultimi dieci anni lo sviluppo tecnologico ha cambiato il modo di vivere delle persone, anche attraverso lo sviluppo di nuovi servizi; l'atteggiamento degli Italiani verso le nuove tecnologie si è modificato in maniera significativa.

Tabella 10: Rielaborazione dati Cotec su dati GPF&Associati riportati in Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie, Rapporto innovazione e tecnologie digitali in Italia, 2002

ATTEGGIAMENTO	%	Trend
Distacco	18	↓
Deferenza	21	=
Preoccupazione	22	=
Pragmatismo	13	↑
Fiducia	20	↓
Entusiasmo	6	↓

Dal *Rapporto 'Innovazione e tecnologie digitali in Italia'* (2002) emerge che gli Italiani hanno una relazione con le nuove tecnologie sulla base di due indicatori: da un lato la dimensione ludica e sull'altro la dimensione della propensione all'adozione delle nuove tecnologie. Se prendiamo in considerazione l'accesso a internet per regione riguardante l'anno 2009 e le diverse attività svolte sulla rete dai 6 anni in su si nota che le indicazioni date dal Rapporto Ministeriale sono ancora valide, ossia che c'è ancora distacco e deferenza, ma anche entusiasmo e fiducia a seconda dell'età e dell'uso che si fa del mezzo tecnologico (tav.10). Tale *Rapporto*<sup>71</sup> individua 6 tipologie di utenti:

- 1) 'pionieri' portatori di una cultura della diversità orientata alla mobilità, con cultura universitaria con meno di 40 anni;
- 2) 'tecno-pragmatici' che instaurano con la tecnologia una relazione strumentale ai loro fini e interessi tra i 35 e i 45 anni;
- 3) 'tecno-ludens' che finalizzano l'approccio alle nuove tecnologie per giocare, sotto i 30 anni;
- 4) 'tecno-videns' che associano la tecnologia allo status, di cultura medio inferiore o elementare;
- 5) 'tecno-basici' che si adoperano tra timori e interessi;
- 6) 'esclusi' e spaventati che si sentono estranei alle tecnologie e nutrono forti timori anche verso il loro uso sociale (chat, social-network...).

Ciò che è interessante di questa indagine è il tentativo di profilazione degli Italiani rispetto alle nuove tecnologie. Tentativo che risulta ancora più significativo se guardiamo

<sup>71</sup> Rapporto Innovazione e tecnologie digitali in Italia 2002, Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie

alle tabelle 11 e 12, ove si nota un Nord-Est e un Centro, con la Regione Marche, più attivo nell'accedere a Internet, più fiducioso nelle nuove tecnologie; un Sud, con Puglia, Calabria e Sicilia, più timoroso e lontano dalle nuove tecnologie. Poi si nota una utenza giovane e giovanissima (dai 6 ai 17 anni) che utilizza Internet quasi esclusivamente per giocare (73%), e un'utenza più matura, che corrisponderebbe ai 'pionieri' e ai 'tecnopragmatici' (dai 20 ai 44 anni) che utilizza Internet per viaggiare, comprare, informarsi, istruirsi, seguendo le proprie necessità e i propri bisogni nella mobilità con una preferenza trasversale verso il laptop su tutti gli altri strumenti (tabella 13).

Tabella 11: Famiglie che possiedono l'accesso a internet (2009), dati espressi in % (per cento famiglie che possiedono l'accesso ) per zone geografiche, <http://culturaincifre.istat.it/>

REGIONI, RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE E TIPI DI COMUNE	Famiglie che possiedono accesso ad Internet		Tipo di connessione			
	No	Si	Linea telefonica tradizionale o ISDN	DSL (ADSL, SHDSL, ECC.)	Altro tipo di connessione a banda larga	Telefono cellulare abilitato (WAP, GPRS, ecc.)
Piemonte	52,8	46,2	15,2	67,5	6,1	4,8
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	51,0	48,2	15,5	52,0	10,7	9,6
Lombardia	48,7	50,6	14,8	67,5	8,6	5,3
Trentino-Alto Adige	47,8	<b>51,4</b>	16,9	68,1	5,7	4,1
<i>Bozano/Bozen</i>	44,6	54,0	20,0	63,1	4,5	6,0
<i>Trento</i>	50,8	48,9	13,6	73,1	6,9	2,1
Veneto	49,6	50,1	16,4	61,8	6,6	7,0
Friuli-Venezia Giulia	50,0	49,5	12,6	73,1	4,0	3,5
Liguria	56,8	42,2	10,9	74,3	6,6	2,8
Emilia-Romagna	48,9	50,8	13,2	65,7	6,7	6,7
Toscana	50,4	48,8	13,3	70,7	5,6	4,9
Umbria	50,6	48,5	11,9	65,4	8,8	7,4
Marche	46,3	<b>53,0</b>	14,4	69,3	3,7	3,1
Lazio	47,4	<b>51,5</b>	12,2	73,2	4,8	5,1
Abruzzo	51,1	48,1	14,0	64,9	2,4	8,4
Molise	52,9	45,4	26,7	43,9	4,4	9,2
Campania	53,4	45,3	14,6	71,2	1,8	5,3
Puglia	<b>61,1</b>	38,1	12,8	60,9	6,5	10,0
Basilicata	<b>59,4</b>	39,8	15,2	54,3	3,2	13,3
Calabria	<b>60,5</b>	38,6	16,1	55,2	4,1	6,9
Sicilia	<b>59,1</b>	39,8	8,8	68,5	5,6	8,9
Sardegna	50,0	49,5	17,1	60,7	5,5	8,8
Nord-ovest	50,8	48,4	14,5	68,0	7,7	5,0
Nord-est	49,2	<b>50,4</b>	14,8	65,2	6,3	6,2
Centro	48,5	<b>50,6</b>	12,8	71,3	5,2	4,9
Sud	<b>56,7</b>	42,3	14,6	64,2	3,5	7,6
Isole	<b>56,8</b>	42,3	11,3	66,2	5,6	8,8

Tabella 12: Persone dai 6 anni in su che hanno usato internet per differenti attività (2009), <http://culturaincifre.istat.it/>

Classi di Età	Cercare informazioni su merci e servizi	Cercare informazioni sanitarie	Usare servizi per viaggiare	Usare servizi bancari	Cercare informazioni su attività educative o di istruzione in genere	Fare un corso on-line	Consultare Internet per apprendere	Leggere e scaricare giornali	Scaricare software	Cercare lavoro	Vendere merci	Ascoltare la radio o guardare la tv sul web	Giocare o scaricare giochi	Caricare testi, immagini, foto...	Sottoscrivere un abbonamento per ricever news
6-10	6,5	2,8	3,0	-	<b>16,5</b>	0,8	63,8	10,2	5,6	-	0,2	21,3	<b>73,4</b>	18,9	1,5
11-14	18,8	10,9	9,8	-	26,4	2,5	72,0	25,4	22,4	-	2,0	36,0	<b>71,9</b>	42,2	2,4
15-17	41,6	19,7	26,5	2,9	37,8	4,5	75,1	40,5	40,5	4,3	4,6	47,3	<b>74,2</b>	59,8	6,0
18-19	55,6	28,4	44,4	8,4	51,2	4,5	77,5	45,7	44,3	18,4	6,7	43,1	68,7	57,9	6,7
20-24	68,4	38,5	54,7	20,1	<b>54,7</b>	8,4	74,4	50,6	44,7	37,0	10,7	43,4	60,8	57,8	9,0
25-34	76,2	46,8	<b>59,3</b>	38,6	45,7	8,7	70,7	52,8	39,9	33,4	12,0	35,4	44,8	46,3	10,3
35-44	75,5	48,0	56,4	42,9	37,7	6,3	67,9	50,5	30,4	17,1	9,1	24,2	30,3	28,2	8,0
45-54	71,5	48,6	51,1	38,6	36,6	6,7	65,5	48,2	24,2	10,2	6,8	20,0	21,9	22,4	5,8
55-59	66,0	49,3	49,6	35,2	32,1	5,7	66,0	48,2	19,0	8,1	4,7	14,6	16,8	17,5	6,7
60-64	66,3	47,5	53,5	37,2	29,0	1,5	64,8	51,2	17,5	3,9	4,4	16,0	16,4	21,1	6,2
65-74	62,5	42,1	48,0	34,5	<b>20,3</b>	2,8	64,4	47,9	19,1	2,1	3,3	11,9	15,1	16,9	6,0
75 e più	54,6	44,5	31,8	35,8	25,4	2,6	65,9	50,8	16,6	3,1	1,5	19,3	12,3	26,1	3,0
<b>Totale</b>	<b>64,5</b>	<b>40,5</b>	<b>48,3</b>	<b>30,4</b>	<b>38,9</b>	<b>6,2</b>	<b>69,4</b>	<b>46,7</b>	<b>31,3</b>	<b>17,7</b>	<b>7,8</b>	<b>29,5</b>	<b>41,7</b>	<b>36,5</b>	<b>7,3</b>

Tabella 13: Persone dai 15 anni in su che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi, con diversi strumenti di accesso, suddivisi per professione (2009), <http://culturaincifre.istat.it/>

CONDIZIONI E POSIZIONI NELLA PROFESSIONE	Strumenti usati per accedere ad Internet			
	Cellulare via GPRS	Cellulare via UMTS, HSPDA	Computer pal- mare (palmtop, PDA)	Portatile con collegamento senza cavi (WIFI)
	MASCHI E FEMMINE			
Occupati	7,2	9,5	5,4	32,9
<i>Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti</i>	8,8	12,9	8,8	<b>42,4</b>
<i>Direttivi, Quadri, Impiegati</i>	6,7	8,8	5,2	<b>31,9</b>
<i>Operai, Apprendisti</i>	7,4	9,4	3,1	<b>29,1</b>
<i>Lavoratori in proprio e Coadiuvanti</i>	6,8	7,4	5,0	29,9
In cerca di nuova occupazione	10,1	9,8	3,7	29,1
In cerca di prima occupazione	9,3	11,7	5,3	32,0
Casalinghe	4,3	4,3	2,4	27,6
Studenti	6,7	7,4	4,8	<b>39,5</b>
Ritirati dal lavoro	2,9	1,9	3,2	17,4
Altra condizione	9,1	8,8	6,7	29,7
<b>Totale</b>	<b>7,0</b>	<b>8,6</b>	<b>4,9</b>	<b>32,7</b>

### 4.3 QUALI SONO LE NUOVE TECNOLOGIE PER I BENI CULTURALI E COME VENGONO USATE?

Alla luce delle recenti indagini allora ci si chiede se l'innovazione tecnologica sia stata veramente intesa dal pubblico e se sia percepita come un'irrinunciabile opportunità anche per la diffusione della cultura, per la divulgazione della conoscenza, della ricerca, per l'approfondimento e la didattica. Il dato certo è che la penetrazione delle nuove tecnologie nel panorama culturale, non solo è una delle priorità europee che vengono perseguite da anni, basti pensare al progetto della biblioteca digitale europea, ma anche il campo gestionale delle collezioni è trattato ad hoc con software dedicati, come anche la delicata fase del restauro e della tutela del bene artistico sfrutta diligentemente le opportunità, offerte da enormi calcolatori in grado di comparare migliaia di reperti o resti fra loro, confrontarli e catalogarli. Forse il settore che rimane più indietro e che necessita di essere messo maggiormente a confronto con le nuove tecnologie è proprio quello della fruizione, anche se alcune iniziative interessanti iniziano a intravedersi, come a esempio i 'Percorsi botanici alla Villa Reale' di Monza mediante totem opportunamente posizionati, oppure i 'Sassi di Matera' con percorsi dedicati sempre mediante totem oppu-

re il bel 'Percorso in realtà virtuale alla Reggia di Venaria'<sup>72</sup>. In questi contesti il web, i PDA e la tecnologia mobile si sono affermati come strumenti privilegiati di riflessione e confronto.

Il rapporto che le tecnologie inaugurano con l'arte, perché sia proficuo, deve nutrirsi non solo di innovazione tecnologica, come spesso accade purtroppo, ma anche di ragioni profonde, funzionali all'oggetto d'arte: non basta che ci sia il bene artistico da una lato e la nuova tecnologia dall'altro. Occorre stabilire ambiti e funzioni di rilievo che permettano operazioni altrimenti impossibili, come restauri infattibili o tutele calibrate sui particolari spazi museali, o ancora didattiche innovative in contesti informali. Occorre individuare un *quid*, un plusvalore; progettare e utilizzare le nuove tecnologie per percorrere realmente strade innovative; ritornare a riflettere su tanta arte antica ma anche su gran parte dell'arte contemporanea, confinando il disinteresse agli angoli della conoscenza grazie all'attrazione che le ICT esercitano su larghe fette di pubblico. Tuttavia le analisi sin qui citate ci hanno indicato l'Italia come ancora 'acerba' nei confronti di una penetrazione tecnologica di questo tipo.

Il comparto dei Beni Culturali si avvicina, infatti, alle nuove tecnologie con molta prudenza e a ciò si aggiunge che le visite virtuali spesso sono fredde e non rispondono ai bisogni di approfondimento del pubblico. Il museo on-line, che è l'unica forma di diffusione su larga scala riguardo le nuove tecnologie, dopo una prima stagione di grande vivacità pare confinato, a essere una 'altra vetrina' del museo, e non ha sortito gli effetti sperati dai direttori museali. Ciò è accaduto perché, ovviamente, non si è fatto altro che mettere a disposizione del pubblico copie di originali sul web. Tuttavia sappiamo che un museo per considerarsi all'avanguardia deve essere virtuale, interattivo, polisemico, multidisciplinare, multisensoriale, multi temporale, dinamico e meta alfabetizzato (Forte M., Franzoni M., 1998). Una vetrina sul web non può rispondere a questi requisiti è dunque lapalissiano come il suo 'fallimento' in fatto di attrattività sia molto probabile. Rimane comunque un'utile iniziativa per presentare il museo e le sue collezioni; rendere trasparente l'attività; svolgere un ruolo di network con altri musei settoriali o territoriali; diffondere informazioni culturali; promuovere l'intrattenimento; offrire servizi didattici e servizi evoluti a professionisti del settore.

---

<sup>72</sup> Cfr. Atti Convegni: *Touristech Conference & Expo* 15 Novembre 2007; *Touristech Summit* 28 Novembre 2008; *Arteq Summit* 19 Marzo 2008



I modelli di fruizione da remoto prevedono una visita 'virtuale statica', intesa come possibilità di visionare una risorsa artistica attraverso la copia sul web; e una visita 'virtuale dinamica' da intendersi come la possibilità di esplorare l'oggetto artistico in 3D e da diversi punti di vista. Ma non sono ancora molti i musei o le collezioni che si sono adoperati per possedere uno spazio 3D sul web.

Uno degli esempi più interessanti nel panorama nazionale nel campo dei musei on-line è quello del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano ([www.museoscienza.org](http://www.museoscienza.org)). Il sistema on-line realizzato in collaborazione con Telecom Lab Italia, presenta con pari attenzione sia il museo reale sia la ricostruzione in 3D, in cui è possibile accedere a *Leonardo Virtuale*, la Città ideale di Leonardo da Vinci.

Ma le tecnologie possono anche servire al ripensamento e al miglioramento della gestione e dell'offerta dei servizi museali, come già accennato. Possono infatti:

- essere più vicine al proprio utente;
- personalizzare la visita;
- rendere la visita interattiva;
- creare servizi per l'educazione informale;
- rendere più comprensibile il proprio patrimonio;
- scoprire nuove modalità di fruizione e di conservazione del bene artistico;
- scoprire nuove modalità di gestione dell'offerta di intrattenimento e cultura.

Risulta chiaro come le nuove tecnologie possano rispondere ai nuovi bisogni del pubblico ma anche come possano stimolare il miglioramento di quanto già esista, sebbene l'area culturale sia un campo di difficile applicazione delle nuove tecnologie per alcune problematiche fisiologiche al settore.

Pensiamo alla miriade di norme e leggi che regolamentano il settore dei Beni Culturali e riflettiamo sulle numerose figure professionali addette alla gestione del bene stesso, ragioniamo inoltre sulle varie Istituzioni che possiedono buona parte dei musei in Italia e si comprenderà come non sia di semplice attuazione il cambiamento e l'innovazione. C'è inoltre la questione economica che mette i musei nell'impossibilità di comprare nuove tecnologie, poiché troppo onerose per i bilanci museali; ed esiste an-

che la problematica delle competenze e delle professionalità, utili alla gestione dei nuovi strumenti tecnologici, a cui le figure professionali tradizionali non possono far fronte per una impreparazione di fondo.

Procedendo nella rassegna delle tecnologie dedicate ai Beni Culturali ricordiamo le audio-guide, che possono essere molto esaustive ma che tradizionalmente non permettono di costruire il proprio itinerario in libertà, poiché propongono visite predefinite, alcune audio-guide di ultima generazione contengono anche approfondimenti per fasce d'età (bambini, teenager, adulti). I contenuti risiedono nel dispositivo consegnato all'utente che ogni volta che si torva di fronte a un nuovo oggetto d'arte invia il segnale, che permette al dispositivo medesimo di snocciolare le informazioni. Vi sono anche le guide multimediali, su CD Rom/DVD Rom o pannelli interattivi, che si organizzano su un insieme di contenuti artistici, itinerari turistici e architettonici specifici. Esse sono generalmente su postazioni fisse come totem e chioschi o su pannelli interattivi appositamente dislocati nel percorso in mostra.

Il museo di Villa Giulia grazie ad Andromeda Srl ha sviluppato un programma multimediale per fornire supporto didattico ai fruitori. Il supporto si trova nella sala 7 del Museo, ove vi sono sculture in terracotta rinvenute nei pressi del Portonaccio a Veio. Il supporto permette oltre ad approfondimenti con immagini, testi e ricostruzioni 3D, anche filmati e la creazione di un percorso personalizzato per fasce d'età e livello culturale.

Vi sono anche i chioschi o i totem multimediali che si differenziano sostanzialmente dai primi per essere collocati nel percorso proprio come dei punti visibili, che permettono il raccoglimento e rappresentano lo strumento più diffuso nelle mostre oggi; consentono oltre ai servizi già menzionati per le guide multimediali anche la visita virtuale e la navigazione in internet, sono dotati di casse acustiche ma in alcuni casi anche di stampanti per l'erogazione di testi e immagini.

I chioschi multimediali rappresentano i servizi più utilizzati da parte della fruizione in loco per gli utenti.

Il chiosco multimediale 'Il monumento funebre di Arrigo VII' a disposizione dei visitatori del Museo dell'Opera del Duomo di Pisa presenta una ricostruzione virtuale del monumento, offre notizie storiche sulla sua evoluzione e curiosità. Esso inoltre dà la possibilità di navigare e analizzare in dettaglio i modelli digitali 3D delle opere ancora esistenti, e permette di comprendere e contestualizzare i reperti di Tino da Camaino, esposti nel museo e appartenenti al complesso funebre.

Vi è anche la sala multimediale ove si situano generalmente un pc o un video sulla storia dell'artista, anche se una vera e propria sala multimediale dovrebbe permettere al fruitore un'immersione totale nel contesto che si vuole indagare, sia esso a contenuto storico che a contenuto artistico o di altra specie.

Un caso a parte è rappresentato dalla Sala Multimediale di Lorenzo il Magnifico a Palazzo Medici Riccardi di Firenze. Tecnologie nuove sono state utilizzate in questo caso, anziché proporre un menù multimediale su supporto fisso, si interagisce con l'opera d'arte mediante il movimento; siamo di fronte a un sistema di consultazione del bene artistico che pone le distanze dal metodo tradizionale di lettura. Qui l'utente interagisce con i contenuti, muovendosi nello spazio e indicando fisicamente le sue preferenze. Questo software è stato creato grazie alla collaborazione di ingegneri, storici dell'arte, architetti e tecnici del suono e dell'immagine, per creare contenuti innovativi dal punto di vista dell'attrattività e del contesto entro cui fruirne. All'epoca di Lorenzo il Magnifico, la stanza, pare fosse proprio la camera grande di Lorenzo, ove Paolo Uccello affrescò la *Battaglia di San Romano*, oggi divisa tra gli Uffizi, la National Gallery di Londra e il Louvre di Parigi. Si può capire chi sono i personaggi negli affreschi, cosa stanno facendo e come si caratterizzano dal punto di vista storico.

Vi sono poi gli ambienti sensibili che rendono possibili interazioni tra elementi fisici e dimensioni immateriali, enfatizzando il ruolo del fruitore e il suo coinvolgimento. Gli ambienti sensibili realizzano un intreccio di esperienze reali e virtuali, rendono possibile una dimensione poli-sensoriale nell'atto di esplorazione dello spazio, non utilizzano joystick, tastiera o mouse, ma preferiscono 'interfacce naturali', ossia prediligono il calpestio, l'emissione di vocalizzi e suoni da parte dell'utente.

Il Forte Belvedere, ossia la fortezza delle emozioni, propone un ambiente sensibile multimediale atto a narrare di architetture di guerra: si tratta di un percorso creativo che mira alla valorizzazione e alla conservazione dello straordinario patrimonio di memorie, ancora custodite tra le mura di Forte Belvedere Werk Gschwent di Lavarone. Le installazioni, disponibili dal 2008, sono sei:

1. il plastico animato, un plastico grazie al quale il pubblico può recuperare informazioni e commenti sonori tramite un semplice gesto della mano;
2. le sentinelle, ossia proiezioni dei movimenti quotidiani dei soldati attivati dall'azione dei visitatori;
3. gli obici dei suoni, opera sonora che riproduce rumori e musiche richiamanti modi, attività e situazioni del periodo bellico.
4. Gli occhi di luce;
5. I diari dei nidi delle mitragliatrici, installazione poli-sensoriale
6. La casa dei messaggi.

Il Forte delle Emozioni è un'esperienza emozionale che fa rivivere in chiave contemporanea la dimensione intima e personale degli uomini in guerra nella loro quotidianità.

Ricordiamo inoltre i musei multimediali, come il Museo dei ragazzi di Firenze, sono particolarmente sofisticati nell'impianto tecnologico e cercano in tutti i modi di catturare l'attenzione del pubblico, si rivolgono a un bacino di utenti assai ampio, dal cultore al ragazzo alla prima esperienza museale, affascinano per i giochi di luce, i suoni e le installazioni.

Il museo dei ragazzi si rivolge a un pubblico di giovanissimi che parte dai 3 anni di età, propone molti laboratori e atelier, offre postazioni multimediali che consentono la visita di Palazzo Vecchio, una sala multimediale nella Salotta; atelier e percorsi segreti per scoprire l'emozione dello sconosciuto; incontri con personaggi storici come Giorgio Vasari o Galileo Galilei, visite alla Reggia per osservare aspetti poco noti di Palazzo Vecchio, di Eleonora di Toledo e Cosimo I de Medici.

Abbiamo inoltre il 'wireless museo' che sfruttando le tecnologie wi-fi ha come obiettivo quello di personalizzare la visita del fruitore e proporre una vera e propria interazione tra quest'ultimo, l'allestimento e gli oggetti.

Il museo Nazionale del Cinema di Torino si caratterizza proprio in questo ambito, proponendo tecnologie innovative atte a migliorare la comunicabilità dell'oggetto artistico, migliorare la gestione della collezione e coinvolgere maggiormente il pubblico. L'offerta si articola nelle collezioni museali, nella multisala Cinema Massimo, nella cineteca nella biblioteca e nell'archivio. Un servizio innovativo è quello di dare la possibilità al fruitore di creare video digitali che vengono arricchiti da connessioni sincronizzate (link e hot-spot), vi è inoltre la possibilità di attivare operazioni di approfondimento, rinviando a link e scaricando immagini e materiali audio-video, assicurando l'utente della riuscita del suo lavoro mediante una ricca varietà di formati (tutti i sistemi operativi maggiormente in uso sono previsti). La tecnologia utilizzata è quella dei PDA, che offrono aggiornamenti facili grazie al wireless e sono in grado di caricare contenuti di vario tipo come immagini, testi, audio video e presentano un'interfaccia intuitiva e gradevole.

#### ***4.4 LA RICERCA ITALIANA ED EUROPEA: LE NUOVE TECNOLOGIE APPLICATE AI BENI CULTURALI***

Da una mappatura dei progetti di ricerca sul tema 'tecnologie e Beni Culturali' emerge che la composizione di coloro che sono impegnati a indagare sono per lo più dipendenti di Università pubbliche e private seguono, poi, gli istituti privati.

Nelle tabelle qui di seguito tentiamo di proporre in sintesi l'impegno della ricerca nel settore dei Beni Culturali negli ultimi 10 anni, attraverso i progetti più rilevanti nel settore pubblico e privato.

Tabella 14: Illustra i progetti di ricerca italiani dal 2000 al 2006 sui Beni Culturali, fonte Fondazione Cotec su dati MIUR (2004)

Progetto	Sito web	Soggetti	Descrizione	Tecnologie
<b>Archimede</b>	<a href="http://archimede.meta.cpr.it">http://archimede.meta.cpr.it</a>	Alcatel, Consorzio Pisa Ricerche, Quadrics	Realizzare servizi innovativi di comunicazione ed e-commerce nell'ambito dei BBCC	Open Source server, MPEG-4
<b>DICE</b>	<a href="http://www.progettodice.it">http://www.progettodice.it</a>	Enterprise digital Architets, Eworks sud, Markon.Net Spa, Politecnico Milano, Consorzio Forma, CRAS, Edizioni Colonnese, Fondazione Rosselli, Pa-lepolis Srl	Fornire una struttura in grado di integrare informazioni riguardo i BBCC, in modo da mettere gli operatori in condizione di fungere da intermediari con il pubblico. Si tratta di una rete peer to peer, in cui ognuno mette a disposizione il proprio database, e contemporaneamente accede al database degli altri	Rete peer to peer
<b>Guida Wireless Museum</b>	<a href="http://www.museonazionaledelcinema.it">www.museonazionaledelcinema.it</a>	BC Software	CSP Innovazione nelle ICT	Wireless Museum si basa su PDA come supporto alla visita museale
<b>KORE</b>	<a href="http://www.dice.unica.it/woa03/papers/08.pdf">http://www.dice.unica.it/woa03/papers/08.pdf</a>	BC Software, Università di Catania	Sistema wireless per l'accesso personalizzato mediante PDA ai contenuti di un museo	PDA, Reti Wireless
<b>MIDIS</b>		Università di Lecce, SIBA, Institute for information Technology, NRC, Canada; CRIBECU, Politecnico Milano	Potenziare le infrastrutture e i servizi per la didattica e la ricerca sui BBCC; acquisizione, elaborazione e diffusione di immagini elettroniche mediante PDA	PDA
<b>PointAt</b>	<a href="http://naturalinteraction.org/pointat/">http://naturalinteraction.org/pointat/</a>	Università di Firenze, SPIRIT	Sistema per interagire naturalmente con contenuti multimediali e ambienti virtuali.	PointAt (patent pending)



			Sfruttato a Palazzo Medici Riccardi	
<b>Progetto Appia Antica</b>	<a href="http://www.itabccnr.it/VHLab/Projects_appia.htm">www.itabccnr.it/VHLab/Projects_appia.htm</a>	CNR – ITABC, Soprintendenza Archeologica Comunale di Roma	Rilievo sistematico bidimensionale e tridimensionale dei monumenti presenti sulla Appia Antica	Rilievo GPS, Fotogrammetria, Impostazione sito web e webgis, modellazione 3D
<b>Progetto Sala Multimediale Cappella Scrovegni</b>	<a href="http://www.aracnet.it/SitoScrovegni/">http://www.aracnet.it/SitoScrovegni/</a>	Comune di Padova, CNR – ITABC, Archè Srl, Arcadia, ARACNET, No Real	Applicazioni in realtà virtuale per l'approfondimento della pittura di Giotto	Realtà virtuale; Librerie grafiche OPENGL
<b>TECSIS</b>	<a href="http://ww.robbrindisi.enea.it/tecsis">http://ww.robbrindisi.enea.it/tecsis</a>	Centro Laser, CEOM, ACS, Qaulity, ENEA, Università di Catania, Università di Bari, CNR – INIP, IC, ISSA	Sviluppare nuove tecnologie per la salvaguardia dei parchi archeologici e marini	Realtà virtuale, Sistemi di diagnostica
<b>TESCHET</b>	<a href="http://teschet.eng.it/">http://teschet.eng.it/</a>	Istituto Superiore Universitario di Formazione Interdisciplinare, Telecom Italia Lab, ENGINEERING, Fondazione Rosselli, Federculture	Creare una piattaforma multicanale basata su tecnologie intelligenti, dedicata ai BBCC	Mobile devices

Tabella 15: Illustra i progetti di ricerca europei dal 2007 al 2010 riguardanti i Beni Culturali, fonte Cordis

Progetti	Sitografia	Tempi	Obiettivi	Partner	Tecnologie
<b>SomeArt</b>	<a href="http://cordis.europa.eu/fetch?CALLER=FP7_PROJ_IT&amp;ACTION=D&amp;DOC=3&amp;CAT=PROJ&amp;QUERY=012c98e08a1a:f610:02242dd0&amp;RCN=96445">http://cordis.europa.eu/fetch?CALLER=FP7_PROJ_IT&amp;ACTION=D&amp;DOC=3&amp;CAT=PROJ&amp;QUERY=012c98e08a1a:f610:02242dd0&amp;RCN=96445</a>	Progetto finanziato nel Gennaio 2010	Sviluppa e conserva lavori artistici sul web o creati con le nuove tecnologie, studiando e mettendo a punto tecnologie utili alla conservazione di questo nuovo patrimonio artistico	The Open University	work in progress (tecnologia non descritta)
<b>SmartMuseum</b>	<a href="http://cordis.europa.eu/fp7/ict/content-knowledge/projects-smartmuseum_en.html">http://cordis.europa.eu/fp7/ict/content-knowledge/projects-smartmuseum_en.html</a>	Gennaio 2008	Sviluppa metadati sui BBCC e sulla esperienze del pubblico, creare uno standard per analizzare e rappresentare gli interessi del pubblico, ossia individuare degli standard di comportamento	APPRISE, Estonia ( <b>coordinator</b> ), National Institute for Research in Computer Science and Control, INRIA, France; Helsinki University of Technology, TKK, Finland; Kungliga Tekniska Högskolan, KTH, Sweden; Webgate JSC, WG, Bulgaria; Heritage Malta, HM, Malta; Institute and Museum of the History of Science, IMSS, Italy; Competence Centre of Electronics-, Info and Communication Technologies, ELIKO, Estonia	Piattaforma, PDAs, Web services
<b>PuppyIR</b>	<a href="http://www.puppyir.eu/">http://www.puppyir.eu/</a>	Aprile 2009	Provvede a sviluppare infrastrutture focalizzate sui più piccoli, che navigano in internet ma spesso	Universiteit Twente, Netherlands ( <b>coordinator</b> ), University of Glasgow United Kingdom,	Work in progress Piattaforma open source





			non sono in grado di comprendere i contenuti. Non è specifico per contenuti artistici ma si declina anche su questi.	University of Strathclyde United Kingdom, Katholieke Universiteit Leuven Belgium, NBLC Vereniging van Openbare Bibliotheken Netherlands, Academisch Medisch Centrum bij de Universiteit van Amsterdam Netherlands, Atos Origin Sociedad Anonima Espanola Spain, Technische Universiteit Delft Netherlands	
<b>i-MiBAC</b>	<a href="http://www.beniculturali.it/mibac/openems/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html?id=75268&amp;pagename=129">http://www.beniculturali.it/mibac/openems/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html?id=75268&amp;pagename=129</a>	Dal 1 Luglio 2010 free	L'applicazione "i-MiBAC - Top 40", dovrebbe essere la prima di una serie di applicazioni per telefonia mobile, plurimediali e gratuite, dedicate ai beni culturali. Si tratta della prima applicazione ufficiale rilasciata da un Ministero italiano, per promuovere l'arte. Disponibile su iPhone, iPod Touch e iPad ma a breve sarà utilizzabile con tutti gli smartphone, anche in lingua inglese.	Direzione Generale per la valorizzazione del patrimonio culturale in collaborazione con il Ministro del Turismo; in collaborazione con Pierreci-Codess, e ideato dalla società Archivium.	Scaricabile gratuitamente da AppStore e dai siti ufficiali dei 40 musei coinvolti. Morphing, contenuti audio video da piattaforma
<b>e.Museion</b>	<a href="http://www.emouseion.beniculturali.it/emouseion">http://www.emouseion.beniculturali.it/emouseion</a>		Motore di ricerca centralizzato attraverso cui è possibile visionare informazioni sui musei italiani; mettersi in contatto con il museo attraverso un canale privilegiato e ricevere subito una	Ministero per i Beni e le Attività Culturali	Piattaforma



			risposta		
<b>DigiCult Culturale Heritage</b>	<a href="http://cordis.europa.eu/fp7/ict/programme/challenge8_en.html">http://cordis.europa.eu/fp7/ict/programme/challenge8_en.html</a>	Call 2012			
<b>TeLearn Technology-enhanced learning</b>	<a href="http://cordis.europa.eu/fp7/ict/programme/challenge8_en.html">http://cordis.europa.eu/fp7/ict/programme/challenge8_en.html</a>	Call 2012			

Passando in rassegna i vari progetti si evidenzia che la multidisciplinarietà è un fattore decisivo per la buona riuscita delle indagini e degli applicativi informatici, poiché la materia da trattare è assai vasta e complessa, e prevede competenze di vario genere: dalla storia dell'arte a competenze ingegneristiche, informatiche, geofisiche, architettoniche, giuridiche, economiche. La comunità scientifica tecnologia è impegnata a ribadire l'importanza di questo approccio nelle varie sessioni convegnistiche dei vari Paesi dell'Unione Europea, ma anche degli Stati Uniti, ove l'approccio multidisciplinare risulta essere più semplice per ragioni connesse al diverso caratterizzarsi degli studi superiori e Universitari, assai più orientati da decenni alla multidisciplinarietà. Nel 2004 si è riunita a Londra la comunità scientifica di 26 Nazioni, incluse quelle europee, che hanno redatto una Dichiarazione poi comunicata alle autorità massime dell'Unione Europea, affinché fosse di stimolo alla definizione programmatica del VII Programma Quadro. Le raccomandazioni nate dall'esperienza sul campo, e quindi da bisogni e necessità concrete, sono le seguenti:

- 1) incrementare la multidisciplinarietà;
- 2) promuovere le eccellenze di ricerca e indagine, controllando altresì di finanziare duplicati di progetto;
- 3) rafforzare i gruppi di ricerca costituendi, perché il patrimonio dei beni culturali è un pilastro della collettività europea;
- 4) promuovere maggiormente la produzione di progetti tesi all'educazione e al trasferimento di conoscenze in questo ambito;
- 5) stimolare una ricerca che preservi patrimonio ambientale, oltre che quello artistico e architettonico, per migliorare la qualità della vita.

Nell'ambito del programma 'Ideas' le indicazioni della comunità scientifica sono state accolte, infatti il nuovo programma va oltre la dimensione dei precedenti e si prefigge di assumere una dimensione interdisciplinare, mediante progetti di durata pluriennale, grazie ad azioni di cooperazione e azioni speciali. Senza entrare nel merito ricordiamo alcuni tra i progetti che enfatizzano meglio quanto sinora esposto.

Dall'indagine sin qui condotta sono emerse alcune criticità:

- avviare iniziative sperimentali, per rafforzare la competitività dell'Italia sul tema delle nuove tecnologie applicate all'arte;
- coinvolgere più da vicino il mondo dell'impresa e coniugare gli sforzi della ricerca universitaria con gli obiettivi di mercato della imprese italiane, che operano nel settore;
- facilitare lo scambio di conoscenze tra i principali attori pubblici e privati che stanno operando nel settore e stanno mettendo a punto nuove tecnologie o implementando quelle presenti con innovative applicazioni;
- tentare di dialogare con le direzioni museali per innovare, senza perdere di vista le componenti dell'istruzione e dell'educazione che trovano nell'istituzione museale un ambiente favorevole all'apprendimento.

## 5 CAPITOLO QUINTO

### LA RICERCA SULLA FRUIZIONE DEI BENI CULTURALI

#### 5.1 METODOLOGIA

Le analisi di tipo teorico che abbiamo sviluppato nei capitoli precedenti sono state arricchite da un articolato lavoro di ricerca empirica, che è stato strutturato in diverse fasi. In linea di principio la letteratura riporta l'adozione di numerose metodologie per l'analisi della fruizione museale, nel nostro lavoro si è cercato di integrare il maggior numero di strumenti d'analisi, intervenendo direttamente con 1) un'indagine e l'osservazione sul campo, 2) la somministrazione di questionari a due differenti campioni in due differenti fasi del nostro lavoro di ricerca, e infine 3) lo strumento del focus group per un'indagine più approfondita delle componenti emozionali.

La ricerca si è distinta in tre fasi, che si sono succedute cronologicamente nel corso del tempo, inizialmente, sulla base di un criterio induttivo, è stato realizzato un prototipo di natura informatica per sperimentare sul campo la capacità degli utenti di interazione con le tecnologie (M-ART – fase 1); si è poi individuata un utenza 'tipo' che potesse fruirne e la si è coinvolta nelle indagini per studiarne gli effettivi comportamenti e gli stili di fruizione dell'oggetto artistico mediante tecnologie evolute.

La seconda fase (QUESTIONARIO INVESTIGATIVO – fase 2) è stato messa a punto redigendo un questionario adatto a indagare la fruizione artistica su un ampio spettro di utenti dai 14 ai 65 anni, i quali in parte erano studenti universitari di varia provenienza scolastica e in parte erano utenti alla fuoriuscita di due musei milanesi, uno noto per le sue collezioni permanenti, ossia il Museo Poldi Pezzoli, e l'altro noto per le sue mostre temporanee, cioè Palazzo Reale. Il questionario è stato poi oggetto di analisi e riflessioni mediante analisi statistica.

A questo lavoro di indagine si è ritenuto opportuno affiancare una ulteriore prassi quella del FOCUS GROUP (fase 3), perché alcune tematiche emerse nei risultati della fase 2 non erano chiare e meritavano un approfondimento, soprattutto gli aspetti emozionali.

Vediamo ora nel dettaglio le vari fasi della ricerca, appena menzionate.

## 5.2 STUDI DI RIFERIMENTO

Tra i tanti spunti offerti dalla bibliografia a nostra disposizione, si è scelto di selezionare quelli che parevano essere più consoni alle finalità di questa indagine e più vicini alla teorie contemporanee, nonché quelli che si accostavano meglio alle curatele ‘sperimentali’ che si sono applicate negli ultimi anni alle mostre italiane ed europee, senza dimenticare di volgere lo sguardo anche alla tradizione; nella fattispecie ci si riferisce al noto **studio di Pierre Bourdieu e Alain Darbel**, “*L’amour de l’art. Les musée d’art européens et leur public*” (1972).

Partiamo proprio da questa indagine, datata 1964-65, perché quando si studia il pubblico, il suo comportamento e la fruizione artistica, non si può non guardare allo sforzo di ricerca condotto negli anni Sessanta da questi due ricercatori, che ha coinvolto 6 nazioni: Francia, Spagna, Grecia, Italia, Polonia e Paesi Bassi, mediante un questionario. Senza ripercorrere le tappe di questa investigazione, ribadiamo solo che l’ipotesi che Bourdieu e Darbel avanzavano era quella di suddividere il campione degli intervistati in ‘frequentatori e non frequentatori’ di musei, per poi studiare le ragioni per le quali alcuni soggetti non sono attratti dal bene artistico. L’inchiesta fu piuttosto ampia perché coinvolse quasi 10.000 utenti. L’indagine, tra gli altri risultati, mise in luce che i musei più visitati erano quelli più promossi e che le zone turistiche stimolano a una più larga fruizione del bene soprattutto le classi più abbienti.

**Lo studio di Ludovico Solima**, spesse volte citato nella letteratura scientifica, è stato realizzato nel 1999 e aveva come finalità quella di analizzare il pubblico museale italiano in relazione all’efficacia comunicativa delle istituzioni museali. I musei che hanno aderito all’indagine in tutto erano 12, sia archeologici che artistici, ognuno dei quali avrebbe coinvolto 4000 soggetti, per un totale di circa 48.000 visitatori. Da questo studio emerge che le donne visitano maggiormente i musei, che la comunicazione mediata da pannelli e didascalie risulta insoddisfacente, che le categorie meno acculturate si affidano volentieri alle indicazioni della curatela museale, che gli strumenti multimediali sono apprezzati dai più e che i soggetti con un basso livello scolare, prediligono le visite guidate.

**Lo studio della Leicester University**, condotto dal **Research Centre for Museum and Galleries** (RCMG) da J. Dodd e C. Jones che si è svolto dal 2006 al 2009 e ha visto coinvolte migliaia di utenti delle scuole primarie e secondarie dell’Inghilterra orientale e

decine di scuole. Da questo studio emerge l'importante ruolo che i musei svolgono nel completare le attività curricolari in ambiente informale, e lo stimolo determinante all'apprendimento che il bene artistico offre all'utenza giovane<sup>73</sup>.

### **5.3 FASE 1 M-ART - PROTOTIPAZIONE DI UNA PIATTAFORMA PER LA FRUIZIONE ARTISTICA PER LA BASILICA DI SANT'AMBROGIO**

L'oggetto artistico può intrattenere con le tecnologie almeno due tipi di relazioni:

1. l'uso della tecnologie come mezzo di espressione artistica (ad esempio la video-arte, il collage di filmati e fotografie...);
2. l'uso delle nuove tecnologie come possibili strumenti comunicativi, atti a coinvolgere pubblici più vasti tramite l'apprendimento informale.

La nostra ricerca si focalizza sulla seconda area. Proprio per coinvolgere il più elevato numero di pubblici possibili, si è deciso di utilizzare lo strumento mobile device (telefoni cellulari, PDA, smartphone...) che ormai è diventato parte integrante della quotidianità: basti pensare che in Italia il numero di telefoni cellulari è superiore a quello degli abitanti. Nella fase 1 la metodologia formativa su cui basiamo la nostra esperienza è quella del mobile learning: una nuova modalità di distribuzione di contenuti formativi, come ad esempio interi corsi tradizionali o nuovi micro-corsi, via mobile device. Il mobile learning si differenzia dall'e-learning, in quanto "*is not just electronic, it's mobile*" (Shepherd, 2001) e viene visto come la sua naturale evoluzione, secondo Hoppe, Joner, Millard e Sharples (2003) "*m-learning is e-learning using mobile device and wireless trasmission*". Via mobile device, come sostiene Prensky (2004), è possibile apprendere "almost anything" e i dispositivi mobili possono supportare l'apprendimento per discendenti di tutte le età (Naismith, Lonsdale, Vavoula e Sharples, 2005). Il mobile learning dall'inizio del nuovo secolo a oggi è stato utilizzato negli ambiti più svariati e per le popolazioni più diverse. Si presta ottimamente a supportare un apprendimento di tipo contestuale: ovvero le persone possono apprendere contenuti storico culturali trovandosi direttamente nel luogo oggetto del loro apprendimento. Proprio basandoci su questa idea e alla luce della letteratura nazionale e internazionale, relativa all'arte e alle nuove tecnologie mobili, abbiamo realizzato M-ART, una guida su supporto mobile che permette al

---

<sup>73</sup> Cfr. CAP.3 *La Comunicazione dell'oggetto artistico: i servizi didattici museali*, pagg.137 ss.

soggetto di decidere i tempi e l'itinerario della sua visita. I casi di studio simili che la letteratura scientifica ci offre non sono molto numerosi ma sono comunque in aumento: la sperimentazione per lo studio dell'arte, l'offerta e la promozione turistica come, ad esempio l'utilizzo di navigatori pedonali, mappe, percorsi museali o per le attività inerenti il tempo libero su PDA, Mp3, smartphone, chioschi e totem grazie a tecnologie GPS, GSM cell-based location, Wi-Fi. Guardando fuori dai confini nazionali annoveriamo tra gli esperimenti più significativi *Caereus* di Sharples<sup>74</sup> (2001): un sistema completo per l'esplorazione di siti turistici e centri educativi. *Caereus* sfrutta le tecnologie GPS, mediante pocket PC, ma definisce regioni di interesse educativo, propone mappe, tematiche su tour multimediali e poggia su un'alfabetizzazione informatica minima, anticipando le linee guida della Comunità Europea. Nel 2005 Naismith e Smith, due ricercatori che operano nello stesso gruppo di ricerca di Sharples, realizzano un'esperienza molto simile a *Caereus* presso il museo geologico di Birmingham, concentrando l'attenzione degli educatori sui sistemi di mobile learning.

È da queste premesse che parte il nostro lavoro di ricerca, che è finalizzato a creare M-ART, in questa fase iniziale, ma che si pone l'obiettivo più ambizioso di esplorare e riflettere sulla fruizione del bene artistico, prediligendo la strada induttiva che dalla pratica ci conduce al ragionamento: creiamo così un supporto su mobile per la Basilica di Sant'Ambrogio, che permette una fruizione artistica del tutto differente da quella proposta sino a oggi nei contesti scolastici o turistici per la promozione dei Beni Culturali.

Grazie alla sinergia di più ricercatori, afferenti a settori di indagine affatto diversi, si è individuata una nuova area di studio che si situa al confine tra:

- il mobile learning;
- lo studio dell'arte secondo l'analisi iconologica proposta da Panofsky (1999), l'esperienza estetica di Goodman (1998) e l'analisi del 'testo visivo' di matrice strutturalista semiotica.

Essendo la ricerca complessa, e seguendo le indicazioni del programma quadro della Comunità Europea si sono coinvolte più discipline e si sono attivate più competenze, tutte disponibili presso il Centro QUA\_SI, nella fattispecie scienze umane (storia

---

<sup>74</sup> Mike Sharples attualmente lavora al *Learning Sciences Research Institute* presso l'Università di Nottingham assieme a Vavoula Giasemi e Josie Taylor.



dell'arte e pedagogia), scienze ingegneristiche (ingegneria informatica e tecnica del suono e dell'immagine), scienze sociali (sociologia e psico-sociologia).

Il fine ultimo che ci si era preposto è stato quello di potenziare, mediante le nuove tecnologie mobili, lo studio e la fruizione dell'oggetto d'arte, per ampliare la sfera dei fruitori, da un lato, e per raccontare diversamente il nostro patrimonio paesaggistico e culturale dall'altro.

### 5.3.1 Metodologia formativa: i learning object su supporto mobile per l'apprendimento artistico

La nostra metodologia ha previsto l'uso dei *learning object* (LO) su strumenti mobili, per creare una prima 'demo' dedicata ai monumenti dell'area lombarda, che sia personalizzabile, facilmente fruibile, liberamente esplorabile, semplice nella comprensione, secondo le teorizzazioni del *life long learning*. Si vuole, da un lato, perseguire l'obiettivo di divulgazione per la promozione dei beni culturali e ambientali e, dall'altro, potenziare lo studio dell'arte nelle scuole ma anche suggerire una possibilità di approfondimento individuale.

Per permettere al soggetto di costruire il suo itinerario di visita personalizzato, a seconda dei suoi interessi e dei suoi tempi, abbiamo strutturato il nostro lavoro in unità, quanto più 'discrete'<sup>75</sup> e precise possibili, ossia in LO. I LO sono descritti in tanti modi diversi, come dei pezzi di "lego", dei blocchi di contenuto didattico, mattoncini o bottoni, ma al di là delle metafore utilizzate per descriverli, occorre evidenziare il fatto che essi, indipendentemente dai contenuti illustrati, hanno delle caratteristiche che li contraddistinguono da qualsiasi altro genere di modelli per la conoscenza. Nella fattispecie i LO sono:

- unità di conoscenza con obiettivi didattici;
- di dimensioni ridotte;
- usabili e riusabili in contesti diversi (sia didattici che tecnologici, quindi interoperabili);
- reperibili facilmente tramite metadati.

---

<sup>75</sup> 'Discrete' viene qui usato in accezione matematica, con estensione ai concetti di 'giusti limiti' e 'ben visibili'

I LO nascono con l'e-learning, ma come l'e-learning si distingue dal *face to face* così anche il mobile learning deve tenere conto di elementi diversi rispetto al *face to face* e all'e-learning. Gli elementi che caratterizzano il mobile learning non sono ovviamente legati esclusivamente al mobile device in sé come lo schermo di dimensioni ridotte, ma anche alle caratteristiche proprie del mobile learning come il fatto che la fruizione possa avvenire in mobilità nei tempi e nei luoghi scelti dai soggetti. Dalle sperimentazioni e dagli studi finora effettuati emerge che le tecnologie mobili sono piuttosto flessibili e che possono supportare diversi modelli, da quelli basati sulla trasmissione dei contenuti, a quelli che fanno leva sull'interazione, sull'esperienza e sulla costruzione della conoscenza.

Per realizzare i LO di questa esperienza sono state prese in considerazione le linee guida fornite da Steinberger (2002) e Figg e colleghi (2002). Secondo questi studiosi i LO per il mobile learning devono essere “*short, and last no more than 5-10 minutes. [...] Simple, fun and added value functionality. The computational power and other properties of mobile devices make it difficult in most cases to use complex and multimedia content, although devices of the same size are used for entertainment with great commercial success. It should be possible to use an m-learning system without reading a user manual, and the experience of studying with the help of such devices should be interesting and engaging*”. In questa fase esplorativa particolare attenzione l'hanno meritata anche le dimensioni spazio – tempo. È emerso, infatti, che la dimensione temporale poteva essere declinata in vario modo, avendo una sua influenza sulla fruizione del bene e sulla costruzione delle unità di contenuto in LO, era dunque importante tenerne conto e distinguere tra:

1. *tempo percettivo* che riguarda la fruizione dell'oggetto d'arte; è il tempo impiegato per guardare un'opera, studiarla, analizzarla e capirla. Il tempo percettivo è anche un tempo iconico, perché è mediante il disvelamento delle icone e dei codici che avviene la percezione;

2. *tempo narrativo* è quello intrinseco alla narrazione degli eventi, e ci permette di ricostruire, la vita di un santo a esempio, per ‘trascinamento cognitivo’<sup>18</sup>, mediante la comprensione del susseguirsi degli eventi, pensiamo alla vita di San Francesco nella

---

<sup>18</sup> Per approfondimenti sul concetto di ‘trascinamento cognitivo’ vedi Appiano A., *Dentro l'Arte*, pag. 25-31.

Basilica di Assisi o ai cicli ad affresco delle storie bibliche o a quelli mitologico allegorici. Il tempo narrativo è anche simbolico, perché è simbolo di qualcosa come nelle nature morte del Seicento, il tempo è simbolo della ineluttabilità della decadenza del Rinascimento.

3. *tempo della storia evocata*, è il tempo effettivo della vita di un santo a esempio, e può coprire decine d'anni. Il susseguirsi del tempo si ottiene con la raffigurazione di alcuni episodi cardine in spazi/riquadri consecutivi in maniera molto intuitiva, ma anche mediante dettagli statici e dinamici, a esempio una natura morta può evocare un tempo indefinito e perpetuo, mentre un gesto o un movimento può indicare l'inizio di un'azione o la fine della stessa, pensiamo alle numerose *Giuditta e Oloferne* nella storia dell'arte.

Lo spazio, invece, era determinante nella composizione del messaggio pittorico ma anche nella costruzione dei LO per questioni di tipo tecnologico ingegneristico, occorreva tenerne conto per creare il nostro prototipo.

È stata inoltre effettuata una selezione ragionata sui fruitori ultimi, preferendo l'opzione di un pubblico di curiosi e turisti, ed è proprio questo target che ha guidato l'attività di prototipazione, così facendo inoltre si è andati incontro alle esigenze, tante volte reiterate dagli assessorati al turismo delle regioni Lombardia, e alle necessità espresse in più occasioni convegnistiche.

La naturale prosecuzione potrebbe essere quella di creare un prototipo atto ad accogliere anche il pubblico dei cultori della materia e dei giovanissimi delle scuole primarie e secondarie, magari con l'ausilio di giochi o test di apprendimento.

Ci si è concentrati, dunque, sulla creazione di una "guida mobile pilota" per la Basilica di Sant'Ambrogio in Milano, simbolo dell'ordine e della cristianità milanese sin dall'alto medioevo, ancora oggi chiesa evocativa e altamente simbolica per la collettività di Milano; guida destinata a un pubblico di media cultura, non specializzato sull'oggetto d'arte, insomma un pubblico di curiosi più che di ricercatori.

Quando ci si è posti la problematica dell'utenza alla quale volevamo rivolgere il modello in esame, si sono inevitabilmente dovute analizzare anche le informazioni che si volevano erogare, e si è distinto tra 3 diverse tipologie:

- informazioni a carattere inventariale sull'opera o l'oggetto d'arte: dati, informazioni di natura storica, informazioni sullo stato di conservazione, eventuali datazioni di

restauri, foto riguardanti particolari interventi di recupero del monumento \_ UTENZA ESPERTI: architetti, archivisti, studiosi e ricercatori;

- informazioni a carattere documentario scientifico: descrizioni scientifiche di oggetti/beni, dati di carattere scientifico, commenti critico scientifici, immagini di rilievo per lo studio scientifico \_ UTENZA ESPERTI: studiosi e ricercatori;

- informazioni di natura divulgativa: descrizione divulgativa dell'oggetto artistico della sua storia, aneddotica, immagini di carattere divulgativo \_ UTENZA NON SPECIALIZZATA: curiosi, turisti, agenzie per la promozione dei beni d'arte, pubblica amministrazione, assessorati al turismo, giornalisti.

Il cuore del progetto è stato quello di creare un naturale legame comunicativo tra gli esperti e i non specializzati, di modo che l'arte non sia limitata e ancorata ai tempi dell'apprendimento scolastico o universitario ma sia un fatto di vita comune, una delle possibilità di intrattenimento, offerte dalle pubbliche amministrazioni o una delle possibilità espressive dell'essere umano.

Si è poi proceduto con la fase di selezioni delle immagini più evocative per raccontare i contenuti della Basilica, a cui è seguita la selezione lessicale, affinché il linguaggio rispondesse agli attributi di semplicità e comprensione immediata, laddove, non è stato possibile portare a termine tale semplificazione linguistica, per ragioni legate al lessico specializzato, si è offerta la possibilità di approfondimenti *ad hoc* mediante glossari lessicali; si sono altresì proposti approfondimenti di natura storico artistica, agiografica, aneddotica: tutti assolutamente fruibili solo ove richiesti. Prevedendo un minimo di interazione con lo strumento *mobile* anche in questa primissima fase progettuale.

Il prototipo è stato infine testato su un campione di utenti, per migliorarlo e raffinarne i contenuti, nonché per rispondere meglio alle richieste dell'utenza che vogliamo raggiungere e coinvolgere. Il campione di utenti era composto da 52 soggetti, 48 donne e 4 uomini, di età compresa tra i 22 e i 34 anni<sup>76</sup>.

---

<sup>76</sup> Il prototipo M-ART è stato presentato all'evento "Ospite 2.0 il ruolo delle tecnologie innovative a sostegno dell'industria italiana del turismo e dell'ospitalità nel rapporto con una clientela sempre più globale e complessa" *Touristech 2007* (15 Novembre 2007, Monza) e al seminario "Le innovazioni tecnologiche per turismo e cultura" presso il *Centro Studi Touring Club Italiano* (20 Novembre 2007, Milano), *Artech Summit* (19 Marzo 2008)

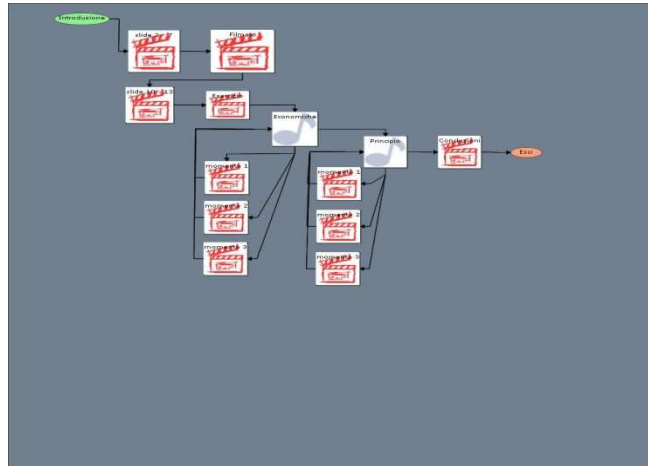
### 5.3.2 Tecnologia impiegata: piattaforma ET Mobile Learning

Il progetto M-ART si avvale del modello di creazione e gestione di percorsi didattico-formativi, proposto dalla piattaforma “ET Mobile Learning”, che poggia sull’idea di fornire all’autore contenuti e strumenti che semplifichino la creazione di percorsi di e-learning.

L’architettura di questa piattaforma per l’organizzazione e la navigabilità dei learning-object, è basata sulla logica a grafi. Nei moduli creati ogni “nodo” rappresenta un concetto, che può essere presentato mediante testo o contenuto multimediale, mentre gli “archi” definiscono le possibili transizioni tra di essi. All’interno dell’architettura assume un ruolo centrale l’applicazione desktop, che permette la creazione dei percorsi di apprendimento “*ET Path Builder*”, sviluppati con tecnologia “Microsoft.NET Framework”.

Grazie a tale software è possibile modellare uno specifico percorso, disegnandone semplicemente lo schema in modalità visuale. Mediante operazioni di “drag and drop” nell’area di lavoro, vengono aggiunti diversi tipi di contenuti (nodi), che definiscono la struttura dell’esperienza di fruizione. Allo stesso modo, si possono creare le connessioni (archi) tra i nodi che definiscono le modalità di navigazione.

Figura 1: Illustra lo schema costruttivo per i contenuti audio-video della piattaforma per il progetto M-ART



Il risultato generato dall'applicazione “*ET Path Builder*” viene, quindi, distribuito ai dispositivi mobili che ne consentono la fruizione grazie all'applicativo “*ET Navigator per PocketPc*”. Tale programma è stato sviluppato dai ricercatori del Laboratori Nomadis dell'Università di Milano-Bicocca ed è stato concepito per l'impiego su dispositivi palmari, dotati di sistema operativo “Windows Mobile 5”.

Fig.2: Illustra il prototipo M-ART



### 5.3.3 Risultati del campione coinvolto nella modellizzazione del prototipo M-ART

Il questionario (A1) in appendice era stato studiato per rilevare l'effetto dell'interazione con una tecnologia durante una visita reale ed è stato omogeneamente distribuito a 52 soggetti appartenenti alla Facoltà di Psicologia e alla Facoltà di Sociologia, di cui 48 donne e 4 uomini tra i 22 e i 27 anni.

Le scuole di provenienza corrispondono all'area psicologico-pedagogica per il 30%, all'area linguistica per il 23% e all'area tecnica per il 47%. Il livello di conoscenza della storia dell'arte è dichiarato pari al 47% per coloro che hanno già studiato la materia, al 54% per coloro che si interessano del bene artistico.

Explicitiamo sinteticamente i risultati di questa prima fase nella quale più della metà dei soggetti coinvolti ha visitato realmente la Basilica di Sant'Ambrogio in Milano e l'altra metà ne ha compiuto una visita virtuale aiutata da proiezioni di immagini e approfondimenti fornite durante uno specifico laboratorio. In generale, il 92% riconosce l'importanza simbolica, culturale e religiosa della chiesa in questione.

La maggior parte dei soggetti si affida ad audio guide tradizionali e non multimediali o mobile, sebbene il 25% dei soggetti abbia una PDA.

Dall'analisi dei dati raccolti emerge che il campione non ha avuto particolari difficoltà all'uso della guida mobile M-ART, infatti per il 84% è facile all'uso, e per il 92% le icone sull'interfaccia erano facilmente intuibili e comprensibili, così l'88% ritiene che i contenuti fossero semplici, mentre solo il 12% ha riscontrato delle difficoltà nell'uso del PDA. Il commento sonoro di sottofondo è stato considerato adeguato per l'88%, e la guida risulta quasi sempre rispondente alle aspettative per il 54% e sempre rispondente alle aspettative per il 42%. L'organizzazione dei contenuti è chiara al 25%, mentre la qualità delle informazioni è sufficiente al 34%, nel 67% dei casi i contenuti, espressi in LO, rispettano i criteri di brevità richiesti dalla modellizzazione mobile. L'esperienza condotta è sentita come 'informativa' per il 79%, educativa per il 23%. Molti esprimono poi il desiderio di avere maggiori informazioni storico artistiche e prolungare la visita all'interno, delineando anche aspetti architettonici tipici del romanico.

In conclusione il campione suddivide gli aspetti rilevati secondo l'asse 'positivo - negativo' in questa maniera:

- sono positivi: i contenuti i quali sono ritenuti semplici e intuitivi, chiari nell'espressione e concisi; la tecnologia, poiché ritenuta pratica e facile all'uso; inol-

- tre si denota il senso di libertà che a più riprese viene ricondotto sia allo strumento tecnologico, ossia il PDA, che e ai contenuti offerti in Learning Object; le immagini dei particolari, altrimenti, non visionabili a causa della distanza dall'occhio nelle reali proporzioni;
- sono negativi: la distrazione causata dal software rallentato in qualche applicativo, e la maggiore richiesta di ulteriori approfondimenti, oltre quelli proposti.

Quindi si ritiene che:

- 1) la fruizione del bene artistico sia migliore;
- 2) l'osservazione dei particolari sia maggiormente apprezzabile;
- 3) la quantità delle informazioni e la loro accessibilità sia di stimolo all'apprendimento informale; si è espresso a questo proposito in qualche caso un giudizio assai positivo sulla possibilità di visionare i contenuti artistici 'sul palmo della mano', il che parrebbe secondo alcuni soggetti intervistati faciliti l'apprendimento dell'arte.

Il valore di questa analisi rimane puramente indicativo, visto il piccolo numero dei partecipanti, ma offre comunque alcuni spunti per il prosieguo della nostra indagine, come a esempio i contenuti sui quali articolare il questionario e che risultano di particolare interesse nell'indagine in corso.

#### *5.3.4 Considerazioni generali sull'interazione con tecnologie mobili durante una visita artistica*

L'impegnativa esperienza realizzata tramite la produzione di un effettivo prototipo di tecnologia ha avuto l'obiettivo pionieristico di prendere in considerazione le variabili principali che sono in campo durante la progettazione di uno stimolo interdisciplinare da far adottare durante una visita di beni culturali.

Non affrontiamo in questa sede le considerazioni relative alla progettazione, ma riassumiamo gli effetti che sono stati rilevati sui fruitori:

- 1) la tecnologia appare un supporto ben accolto dall'intero campione e l'integrazione con le tecnologie ha portato ad una fruizione percepita come qualitativamente migliore dell'esperienza artistico culturale.



2) l'interesse potenziale nei confronti del materiale di supporto e l'integrazione con una visita turistico – culturale è molto alto, infatti la maggioranza dei soggetti ha dichiarato di essere interessata ad una quantità di informazioni maggiore e più dettagliata.

3) quindi l'integrazione complessiva tra tecnologie e contenuti artistico culturali sembra, dagli elementi raccolti nell'esperienza sul campo, non solo promettente, ma anche una dimensione con sempre maggiori spazi di applicazione e sviluppo, non solo commerciale, ma anche didattico estensivo.

Dall'inizio delle indagini appare necessario approfondire la relazione tra tecnologie e fruizione dell'arte e le variabili che più influenzano questa relazione sia a livello di percezione dei soggetti che di modellizzazione della relazione. Nelle indagini successive si è infatti cercato di scomporre e misurare le variabili individuali in campo durante l'uso di tecnologie e fruizione di beni artistici.

#### **5.4 FASE 2 – QUESTIONARIO INVESTIGATIVO**

Il questionario si compone di 56 domande che indagano i seguenti aspetti:

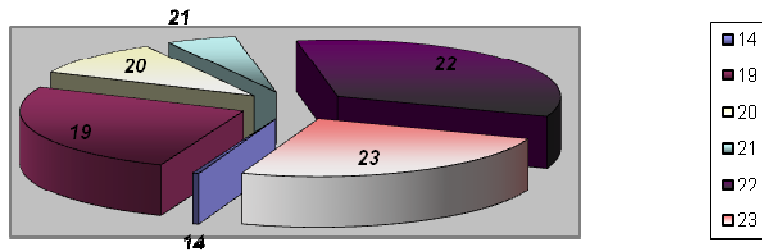
- generali, come la quantità di mostra visitate o la preferenza a recarsi da solo alla mostra...
- museografici, come la predominanza di un colore nell'allestimento, o di una particolare illuminazione....
- contenutistici, ovvero propri della mostra presa in considerazione, come il tema, la curatela...
- logistici e dei servizi, come a esempio l'offerta di servizi di ristorazione e caffetteria, o la presenza di segnaletica....
- tecnologici, come l'offerta di servizi evoluti tecnologici all'interno della mostra visitata, o anche il semplice utilizzo di internet...

Il questionario è stato distribuito a più riprese tra la primavera e l'autunno 2010 in differenti contesti: presso una università e in prossimità di due istituzioni museali milanesi, Palazzo Reale e Museo Poldi Pezzoli, per un totale di 321 soggetti intervistati. I risultati sono stati poi estratti e gestiti con il software SPSS.

Il campione al quale abbiamo sottoposto il questionario (in appendice) va dai 14 ai 64 anni con un 40% situato tra i 22 e i 23 anni, e il 67 % del campione complessivo tra i

19 e i 23 anni, per un totale di 321 soggetti intervistati. Il restante campione si distribuisce equamente per età dai 24 sino a 64 anni.

Tavola 1: Il campione suddiviso per età



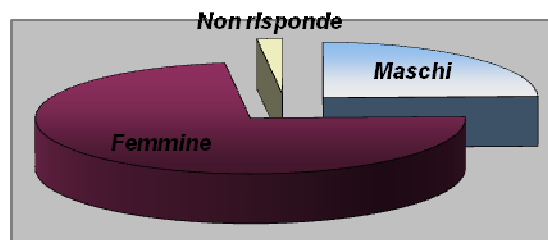
La media dell'età è di circa 25 anni.

Tabella 1: Età media del campione intervistato

Statistiche		età	Genere	Lavoro	Scuola superiore frequentata	Lauree già conseguite	Laureando in...
N Validi		313	315	321	321	321	321
Mancanti		8	6	0	0	0	0
Media		24,5591	1,75				
Varianza		58,055	,188				

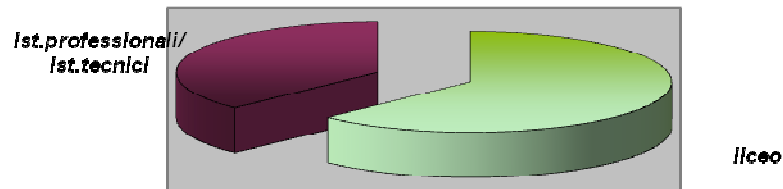
Il campione non può dirsi altrettanto omogeneo per genere: infatti i maschi corrispondono al 25% e le femmine al 75%.

Tavola 2: Illustra il campione suddiviso per genere



Il 62,5% proviene dai licei mentre il 37,5% dagli Istituti tecnici e professionali.

Tavola 3: Illustra il campione suddiviso per scuole superiori di provenienza



Il 92% non risponde al quesito sul titolo di laurea già conseguito; ma il 18% del campione si dichiara laureando in discipline umane (giurisprudenza, scienze della formazione, scienze dell'educazione, psicologia), il 25% in scienze del turismo, mentre il 42% non risponde anche a questa domanda. Per ciò che riguarda la distribuzione sulle discipline accademiche, emerge un 25 % sull'area turismo, e un 17 % sull'area educazione e formazione. Inoltre il 7,5% dichiara di essere già laureato mentre il 92,5 % non risponde. Il campione si distribuisce inoltre sulle seguenti tipologie di lavoro: servizi 28,7%; commercio 7,8% ; educazione 8,4; e lavori saltuari di vario genere pari a 4,7, e un 50 % che non risponde.

Tavola 4: Illustra il campione suddiviso per laurea da conseguirsi

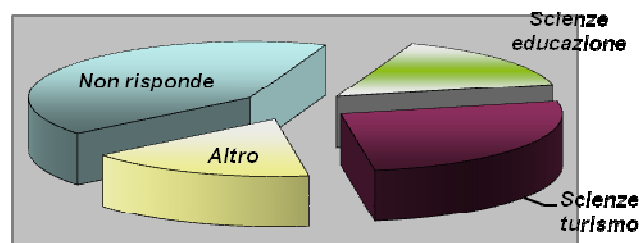


Tavola 5: Illustra il campione suddiviso per laurea conseguita

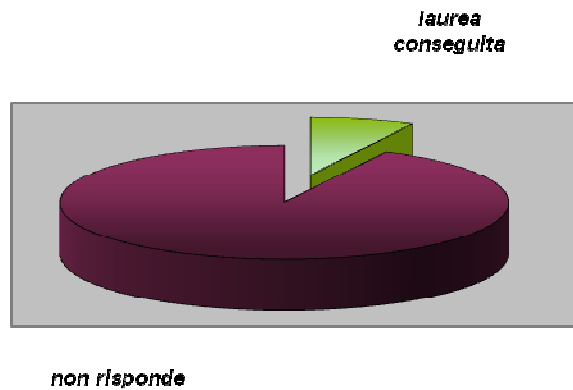
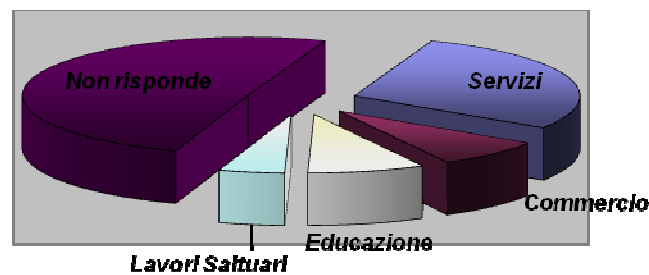


Tavola 6: Illustra il campione suddiviso per tipologie di lavoro



Dunque il campione studiato presenta alcune caratteristiche:

- età giovane ( tra i 22 e 23 anni; con una buona presenza di giovanissimi di 19 anni);
- maggiore presenza di donne (75%);
- una sostanziale presenza di laureandi (43%) con una piccola percentuale di laureati;
- una maggiore impiego nel settore servizi, a cui segue il settore educativo.

Nel procedere della nostra indagine abbiamo poi suddiviso i gruppi in: il primo denominato gli 'universitari' e l'altro 'di controllo', quest'ultimo, omogeneo per quantità, si è ottenuto dal campione di coloro che avevano compilato il questionario fuori da 2 esposizioni milanesi: l'una permanente, il Museo Poldi Pezzoli; e l'altra temporanea, il Palazzo Reale, nel periodo tra la primavera e l'estate del 2010.

Tra i musei più visitati e più apprezzati emerge il Museo del Cinema di Torino e il Museo del Louvre di Parigi, Museo della scienza e della Tecnica, e museo del Prado di

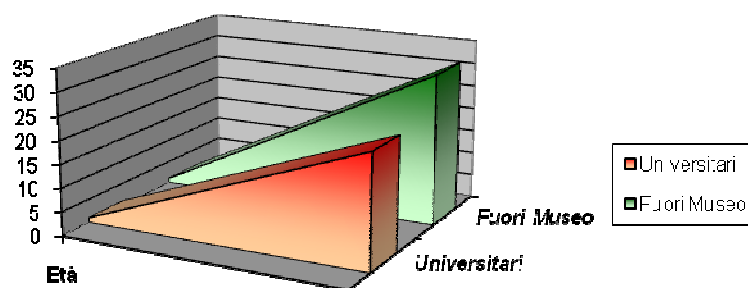
## Madrid. Tra quelli ritenuti più negativi emerge: Il Museo Archeologico e la Triennale di Milano

Tabella 2: Età media del campione intervistato

Statistiche							
gruppo appartenenza		età	Genere	Lavoro	Scuola superiore frequentata	Lauree già conseguite	Laureando in...
universitari	N	Validi	279	279	284	284	284
		Mancanti	5	5	0	0	0
		Media	23,6810	1,75			
		Varianza	39,060	,187			
fuori museo	N	Validi	34	36	37	37	37
		Mancanti	3	1	0	0	0
		Media	31,7647	1,72			
		Varianza	159,822	,206			

L'età media del campione 'universitari' si aggira intorno ai 24 anni, mentre quella del gruppo intervistato 'fuori dal museo', ossia il gruppo 'di controllo' risulta avere un'età media di 32 anni, ed è più omogeneamente distribuito dai 14 ai 64 anni.

Tavola 7: Il campione suddiviso in 'universitari' e 'gruppo di controllo' fuori dal museo per media d'età



Tra gli universitari abbiamo 75,3% di donne e il 24,7 % di uomini; nel gruppo 'fuori dal museo' il 72,2% di donne e il 27,8% di uomini, quindi in entrambi i gruppi si denota una percentuale molto alta di donne, sopra la 70%.

Tavola 8: Illustra il campione suddiviso in 'universitari' e 'gruppo di controllo' per genere

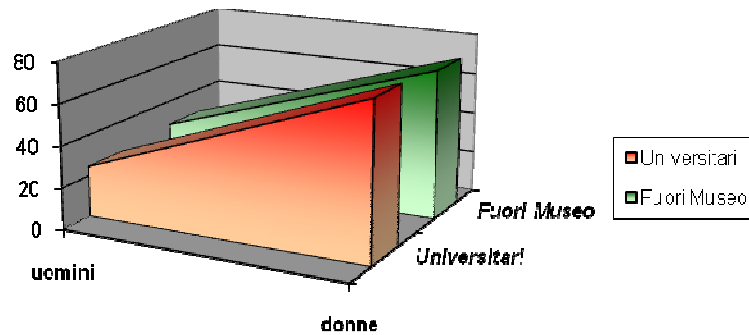


Tabella 3: 'Universitari e 'Fuori Museo' suddivisi per tipologie di lavoro

Lavoro	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
universitari Validi 99	149	52,5	52,5	52,5
addetto/a vendite	2	,7	,7	53,2
aiuto cuoco	1	,4	,4	53,5
allenatore calcio amatoriale	2	,7	,7	54,2
allenatrice palla a volo	1	,4	,4	54,6
animatrice	2	,7	,7	55,3
assistenza disabili,barista	1	,4	,4	55,6
atleta esercito	1	,4	,4	56,0
baby sitter	17	6,0	6,0	62,0
barista	13	4,6	4,6	66,5
call center	1	,4	,4	66,9
cameriere/a	7	2,5	2,5	69,4
commerciante	1	,4	,4	69,7
commesso/a	7	2,5	2,5	72,2
consulente assicurativo	1	,4	,4	72,5
educatore/trice	12	4,2	4,2	76,8
fotografo	1	,4	,4	77,1
geometra	1	,4	,4	77,5
guida turistica	1	,4	,4	77,8
hostess	13	4,6	4,6	82,4
hotel front desk manager	1	,4	,4	82,7
impiegato/a	17	6,0	6,0	88,7
insegnante	6	2,1	2,1	90,8
intervistatrice per società di sondaggi	1	,4	,4	91,2
lavori saltuari	7	2,5	2,5	93,7
meccanico	1	,4	,4	94,0



piegati nei servizi è decisamente più bassa 36%; mentre salgono gli addetti al commercio, 32% e gli insegnanti 24%.

Tabella 4: 'Universitari e 'Fuori Museo' ridistribuiti per settore lavorativo

Tipo lavoro						
gruppo appartenenza			Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Universitari	Validi	servizi	83	29,2	61,5	61,5
		commercio	17	6,0	12,6	74,1
		insegnamento	21	7,4	15,6	89,6
		lavori vari part-time	7	2,5	5,2	94,8
		altro	6	2,1	4,4	99,3
	100100	1	,4	,7	100,0	
	Totale	135	47,5	100,0		
	Mancanti	99	149	52,5		
	Totale	284	100,0			
	fuori museo	Validi	servizi	9	24,3	36,0
commercio			8	21,6	32,0	68,0
insegnamento			6	16,2	24,0	92,0
altro			2	5,4	8,0	100,0
Totale		25	67,6	100,0		
Mancanti		99	12	32,4		
Totale	37	100,0				

Tra coloro che hanno esplicitato il titolo di laurea conseguito, spicca un nutrita percentuale nel gruppo 'universitari' di lauree umanistiche; mentre nel gruppo 'di controllo' si verifica una distribuzione più omogenea per aree umanistiche e per aree scientifiche

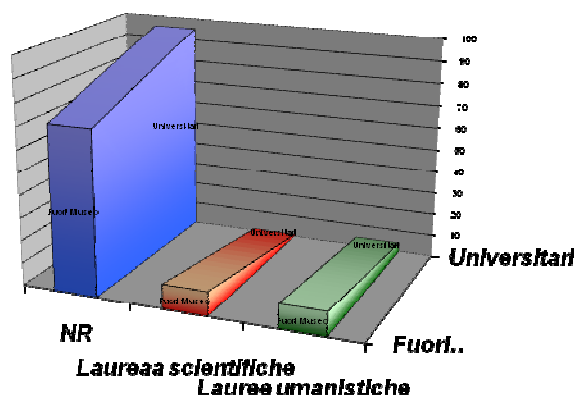
Tabella 5: Laureati suddivisi nel gruppo 'universitari' e nel gruppo 'di controllo fuori dal museo' per tipi di lauree

Lauree già conseguite						
gruppo appartenenza			Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
universitari	Validi	99	270	95,1	95,1	95,1
		fashion design	1	,4	,4	95,4
		Il livello	1	,4	,4	95,8
		lettere e filosofia	3	1,1	1,1	96,8
		mediazione linguistica e culturale	1	,4	,4	97,2
		Nessuna	2	,7	,7	97,9
		sc educazione	1	,4	,4	98,2
		sc geografiche	1	,4	,4	98,6
		sc matematiche fisiche naturali	1	,4	,4	98,9
		sc politiche	1	,4	,4	99,3
		sc turismo	1	,4	,4	99,6
		sc umane ambiente territorio e paesaggio	1	,4	,4	100,0
		Totale	284	100,0	100,0	



fuori museo Validi 99	27	73,0	73,0	73,0
fashion design	1	2,7	2,7	75,7
Giurisprudenza	1	2,7	2,7	78,4
Il liv biotec industria ambiente	1	2,7	2,7	81,1
Il liv sc biologiche	1	2,7	2,7	83,8
lettere e filosofia	1	2,7	2,7	86,5
lingue e letteratura	1	2,7	2,7	89,2
Nessuna	2	5,4	5,4	94,6
sc materiali	1	2,7	2,7	97,3
sc naturali	1	2,7	2,7	100,0
Totale	37	100,0	100,0	

Tavola 9: Illustra il campione di laureati suddiviso in 'universitari' e 'gruppo di controllo' per tipi di lauree: umanistiche e scientifiche



Una situazione diversa si denota se prendiamo in esame il gruppo fuori dal museo che è più omogeneamente distribuito su diversi tipi di lauree ed è perfettamente suddiviso in lauree umanistiche e lauree scientifiche per un valore pari al 10,8%.

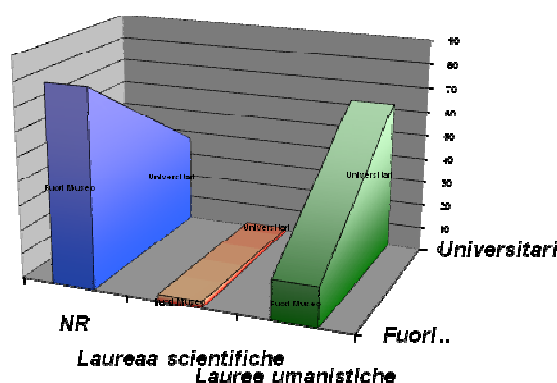
Se si guardano i laureandi il campione fuori dal museo mostra una propensione alle lauree di II livello o seconde lauree orientate al settore umanistico; mentre il gruppo degli universitari è più rispondente, ovviamente, e il settore umanistico anche in questo caso copre il 68% del campione.

Tabella 6: Laureandi suddivisi nel gruppo 'universitari' e nel gruppo 'di controllo fuori dal museo' per tipi di lauree

sc educazione	48	16,9	16,9	54,6
sc formazione	2	,7	,7	55,3
sc matematiche fisiche naturali	1	,4	,4	55,6
sc turismo comunità locale	79	27,8	27,8	83,5
sc turismo sviluppo locale	2	,7	,7	84,2
Sociologia	45	15,8	15,8	100,0
Totale	284	100,0	100,0	

fuori museo Validi	100	1	2,7	2,7	2,7
99		29	78,4	78,4	81,1
economia marketing		1	2,7	2,7	83,8
giurisprudenza		1	2,7	2,7	86,5
Psicologia		1	2,7	2,7	89,2
sc educazione		1	2,7	2,7	91,9
sc turismo comunità locale		3	8,1	8,1	100,0
Totale		37	100,0	100,0	

Tavola 10: Illustra il campione di laureandi suddiviso in 'universitari' e 'gruppo di controllo' per tipi di lauree: umanistiche e scientifiche



Dall'analisi dei due gruppi emerge che il gruppo degli universitari:

- è più giovane, infatti l'età media è di 24 anni;
- c'è maggiore presenza di lauree umanistiche;
- è più occupato nel settore dei servizi (61%);
- e svolge per lo più lavori saltuari o lavori part-time, come baby-sitter, commesso, barista.

Nel gruppo 'fuori museo', invece emergono altre caratteristiche a definire il campione:

- è più vecchio, infatti la media è pari a 32 anni;
- il campione è più distribuito su tutte le età dai 14 ai 64 anni;
- gli impiegati nei servizi sono solo il 36%, comunque la fetta maggiore degli occupati totali, mentre il 24% insegna;
- la distribuzione per titoli di laurea è più diversificata, infatti c'è una buona presenza sia di lauree scientifiche che umanistiche.

C'è una sola nota comune ai due gruppi: una forte presenza di donne (70% ).

Dopo aver analizzato nella sua interezza il campione per età, titolo di studio e lavoro, e averlo poi messo a confronto con un gruppo di controllo ottenuto mediante il coinvolgimento di utenti presi a caso fuori dai musei milanesi. Tentiamo ora di indagare gli stili di consumo di questi due gruppi rispetto a 3 stili individuati:

- a. **stile emozionale ingenuo**, dettato dall'entusiasmo che ingenuamente conduce l'utente nel percorso e individua i momenti salienti dell'esperienza artistica nel vissuto emotivo;
- b. **stile indagatore riflessivo**, che fa della libertà di pensiero, della speculazione sul campo e dell'indagine i suoi attributi specifici, individua nel momento della fruizione artistica un'occasione di approfondimento;
- c. **stile intellettuale**, tipico del cultore della materia, individua nell'esperienza artistica e nella visita ai musei, un'occasione di approfondimento e di ulteriore arricchimento personale a carattere scientifico; è in grado di cogliere nel percorso contenuti complessi e di individuare nell'allestimento criticità e finenze estetiche.

Si nota che i due gruppi prima menzionati si distribuiscono in modo abbastanza simile rispetto agli stili individuati (rif. domanda 3); il 7 % non risponde. Riguardo la preferenza a recarsi da solo, in coppia o in gruppo alle mostre, i due gruppi individuati rispondono in modo abbastanza simile, con una preferenza a recarsi alle mostre 'in coppia', pari a una media del 54,55.

Tabella 7: Stili di consumo degli 'universitari' e del gruppo 'fuori dal museo'

Stili di Consumo					
gruppo appartenenza		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
universitari	Validi				
	emozionale	145	51,1	53,3	53,3
	riflessivo	107	37,7	39,3	92,6
	cultore intellettuale	20	7,0	7,4	100,0
	Totale	272	95,8	100,0	
Mancanti	Mancante di sistema	12	4,2		
	Totale	284	100,0		
fuori museo	Validi				
	emozionale	18	48,6	50,0	50,0
	riflessivo	16	43,2	44,4	94,4
	cultore intellettuale	2	5,4	5,6	100,0
	Totale	36	97,3	100,0	
Mancanti	Mancante di sistema	1	2,7		
	Totale	37	100,0		

Tavola 11: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo' per stili di consumo

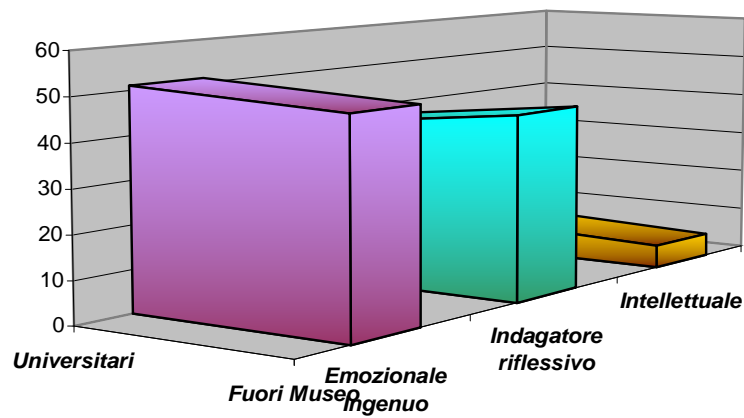
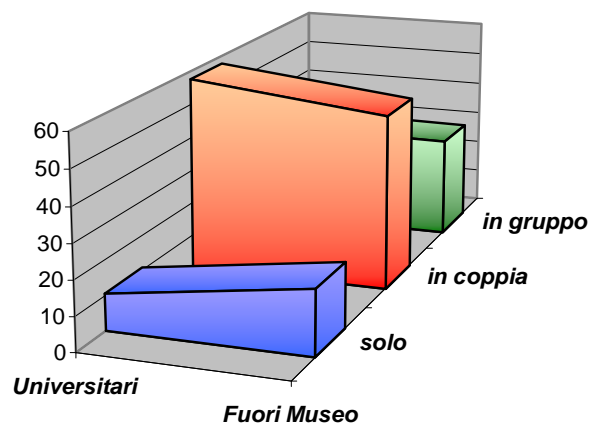


Tabella 8: Preferenza espressa dai due gruppi 'Universitari' e 'Fuori museo' inerente la fruizione museale

Preferisci andare alle mostre...				Percentuale	Percentuale
gruppo appartenenza		Frequenza	Percentuale	valida	cumulata
universitari Validi	solo	30	10,6	10,7	10,7
	in coppia	164	57,7	58,6	69,3
	in gruppo	86	30,3	30,7	100,0
	Totale	280	98,6	100,0	
Mancanti	99,00	2	,7		
	100,00	2	,7		
	Totale	4	1,4		
Totale		284	100,0		
fuori mu- Validi seo	solo	7	18,9	18,9	18,9
	in coppia	19	51,4	51,4	70,3
	in gruppo	11	29,7	29,7	100,0
	Totale	37	100,0	100,0	

Tavola 12: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo': da solo, in coppia e in gruppo



Non si individuano sostanziali differenze nemmeno per i 'tipi di musei visitati'.

Tabella 9: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo' riguardo mostre permanenti e mostre temporanee.

gruppo appartenenza		Tipo di museo visitato				
		Frequenza	Percentuale	Perc. valida	Perc. cumulata	
universitari	Validi					
		mostra permanente	102	35,9	35,9	35,9
		mostra temporanea	74	26,1	26,1	62,0
		sia permanente che temporanea	63	22,2	22,2	84,2
		99,00	38	13,4	13,4	97,5
		100,00	7	2,5	2,5	100,0
	Totale	284	100,0	100,0		
fuori museo	Validi					
		mostra permanente	11	29,7	29,7	29,7
		mostra temporanea	13	35,1	35,1	64,9
		sia permanente che temporanea	3	8,1	8,1	73,0
		99,00	5	13,5	13,5	86,5
		100,00	5	13,5	13,5	100,0
	Totale	37	100,0	100,0		

Tabella 10: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo' riguardo la preferenza sulle visite guidate, cartacee, audio guide e visite individuali.

gruppo appartenenza		Tipo di visita preferita				
		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata	
universitari	Validi					
		visite guidate	86	30,3	30,7	30,7
		guide cartacee	74	26,1	26,4	57,1
		audioguide	69	24,3	24,6	81,8
		visite individuali senza alcun ausilio	51	18,0	18,2	100,0
		Totale	280	98,6	100,0	
	Mancanti 99,00	4	1,4			
	Totale	284	100,0			
fuori museo	Validi					
		visite guidate	12	32,4	32,4	32,4
		guide cartacee	11	29,7	29,7	62,2
		audioguide	5	13,5	13,5	75,7
		visite individuali senza alcun ausilio	9	24,3	24,3	100,0
	Totale	37	100,0	100,0		

Tabella 11: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo' riguardo la preferenza espressa sulla libertà del percorso o sulla visita pianificata dal curatore della mostra.

gruppo appartenenza		Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente				
		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata	
universitari	Validi					
		seguo il percorso	144	50,7	51,1	51,1
		mi sposto per vedere e rivedere le opere	138	48,6	48,9	100,0
		Totale	282	99,3	100,0	
		Mancanti 99,00	1	,4		
		100,00	1	,4		
	Totale	2	,7			
	Totale	284	100,0			
fuori museo	Validi					
		seguo il percorso	12	32,4	32,4	32,4
		mi sposto per vedere e rivedere le opere	25	67,6	67,6	100,0
	Totale	37	100,0	100,0		

Tabella 12: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo': impressioni positive sulle mostre visitate.

Impressione positiva perché					
gruppo	appartenenza	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
universitari	Validi	100			
		7	2,5	2,5	2,5
	99	97	34,2	34,2	36,6
	Accogliente	15	5,3	5,3	41,9
	Approfondimento	16	5,6	5,6	47,5
	Diversificato	25	8,8	8,8	56,3
	Emozionante	35	12,3	12,3	68,7
	Fantastico	6	2,1	2,1	70,8
	Interattivo	8	2,8	2,8	73,6
	Interessante	37	13,0	13,0	86,6
	No	1	,4	,4	87,0
	Organizzato	29	10,2	10,2	97,2
	Scoperta	8	2,8	2,8	100,0
	Totale	284	100,0	100,0	
fuori museo	Validi	99			
		8	21,6	21,6	21,6
	Accogliente	2	5,4	5,4	27,0
	Approfondimento	3	8,1	8,1	35,1
	Diversificato	3	8,1	8,1	43,2
	Emozionante	5	13,5	13,5	56,8
	Fantastico	3	8,1	8,1	64,9
	Interattivo	2	5,4	5,4	70,3
	Interessante	1	2,7	2,7	73,0
	Organizzato	6	16,2	16,2	89,2
	Scoperta	4	10,8	10,8	100,0
	Totale	37	100,0	100,0	

Tabella 13: I due gruppi: 'Universitari' e 'Fuori museo': impressioni negative sulle mostre visitate.

Impressione negativa perché					
gruppo appartenenza		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
universitari	Validi 100	4	1,4	1,4	1,4
	99	176	62,0	62,0	63,4
	Caotico	12	4,2	4,2	67,6
	Costoso	1	,4	,4	68,0
	Deludente	18	6,3	6,3	74,3
	Disorganizzato	14	4,9	4,9	79,2
	Inaccessibile	8	2,8	2,8	82,0
	Incomprensibile	14	4,9	4,9	87,0
	No	2	,7	,7	87,7
	Noioso	28	9,9	9,9	97,5
	Tetro	7	2,5	2,5	100,0
	Totale	284	100,0	100,0	
	fuori museo	Validi 99	27	73,0	73,0
Caotico		1	2,7	2,7	75,7
Deludente		3	8,1	8,1	83,8
Disorganizzato		2	5,4	5,4	89,2
Incomprensibile		1	2,7	2,7	91,9
No		1	2,7	2,7	94,6
Noioso		2	5,4	5,4	100,0
Totale		37	100,0	100,0	

Riguardo l'indicazione che i due diversi gruppi offrono sugli aspetti positivi dei musei notiamo una omogeneità nell'indicare nei tre quesiti i medesimi attributi: affascinante (27%), emozionante (34,5%), interessante (42%) per il gruppo degli 'universitari'; emozionante (38%), interessante (40,5%), organizzato (13,5), ricco (27%), curioso (21,6%), educativo (24,3%), emozionante (37,8%), stimolante (10,8%). Il gruppo di controllo si differenzia dal primo per attribuzioni nell'ambito educativo e dello stimolo all'apprendimento e per esplicitazioni sul gradimento dell'organizzazione.



Tavola 13: Il gruppo degli 'Universitari' sulle caratteristiche apprezzabili in un museo.

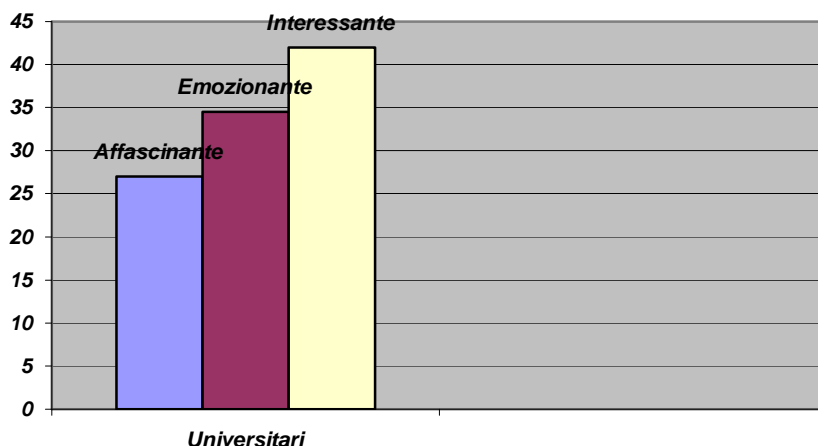
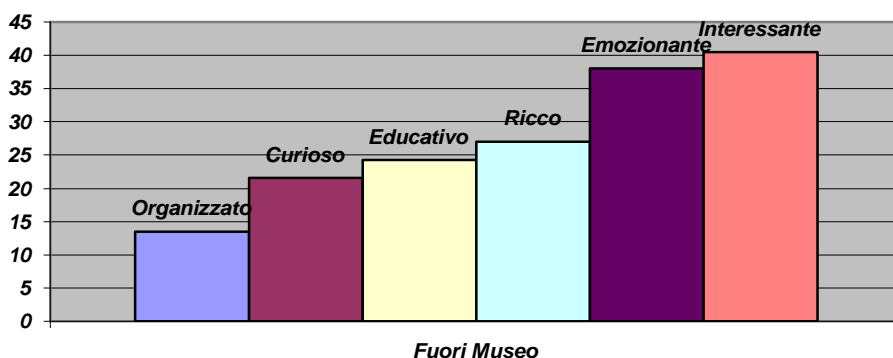


Tavola 14: Il gruppo 'Fuori dal Museo' sulle caratteristiche apprezzabili in un museo.



Dall'analisi di questa sezione emerge:

che le percentuali tra i 3 stili di consumo, ossia emozionali, riflessivi e intellettuali, sono sostanzialmente simili, come presenza nei due gruppi degli 'universitari' e in quello 'fuori museo', e coloro che perseguono uno stile emozionale di visita sono i più numerosi in entrambi i gruppi, con una piccola variazione nella presenza di coloro che prediligono uno stile riflessivo nel gruppetto 'fuori museo', a cui fa fronte una maggiore presenza di 'intellettuali' nel gruppo universitario (si tratta di una oscillazione di soli 3/4 punti percentuali). In ognuno dei due gruppi si delinea la tendenza ad andare 'in coppia', segue la preferenza 'in gruppo' alla visita museale. Gli 'universitari' preferiscono le mostre 'permanenti', mentre i 'fuori museo' prediligono le temporanee. La situazione è piuttosto simile anche per la preferenza espressa sulle guide, fra tutte spicca l'uso del-

la guida cartacea. Situazione diversa si verifica nella scelta del percorso libero per i 'fuori museo', mentre gli universitari scelgono maggiormente di seguire il percorso consigliato dalla curatela. Anche nella definizione degli aspetti positivi si rintracciano delle differenze, il campione dei 'fuori museo' individua maggiori aspetti positivi nelle istituzioni museali visitate, che sono: organizzate, curiose, educative, ricche, emozionanti, interessanti; mentre il gruppo degli 'universitari' è più sintetico nella descrizione, asserisce che i musei sono: affascinanti, emozionanti e interessanti; prevale la caratteristica di 'interesse' su tutte.

Prendendo in esame invece gli aspetti tecnologici si ipotizza la presenza nel campione di un gruppo 'low-tech' e un gruppo 'high-tech'. Verifichiamo innanzitutto che il cellulare è usato per il 91,3 % dal campione 'più volte al giorno', mentre la restante parte si distribuisce uniformemente sugli altri valori.

Internet è usato dal 68,2 % dei soggetti 'più volte al giorno', e dal 19,8% 'una volta al giorno', la restante parte sceglie in modo piuttosto omogeneo di usarlo 'una o più volte a settimana'.

Tabella 14: Utilizzo del cellulare

Con che frequenza usi il cellulare		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
idi	una volta alla settimana	1	,3	,3	,3
	più volte alla settimana	8	2,5	2,6	2,9
	una volta al giorno	14	4,4	4,5	7,4
	più volte al giorno	283	88,2	91,3	98,7
	Altro	4	1,2	1,3	100,0
	Totale	310	96,6	100,0	
Mancanti	99,00	10	3,1		
	Mancante di sistema	1	,3		
	Totale	11	3,4		
Totale		321	100,0		

Tavola 15: Utilizzo del cellulare

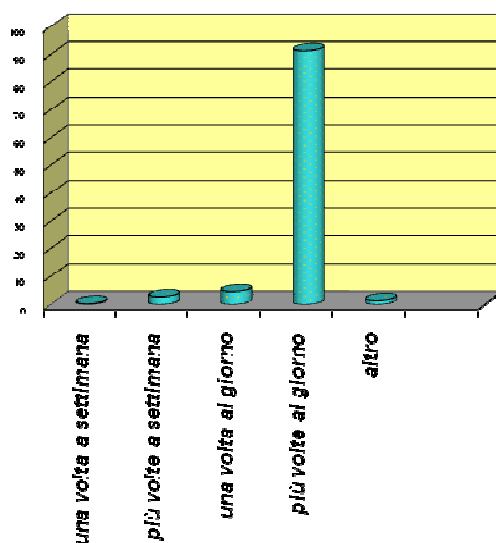
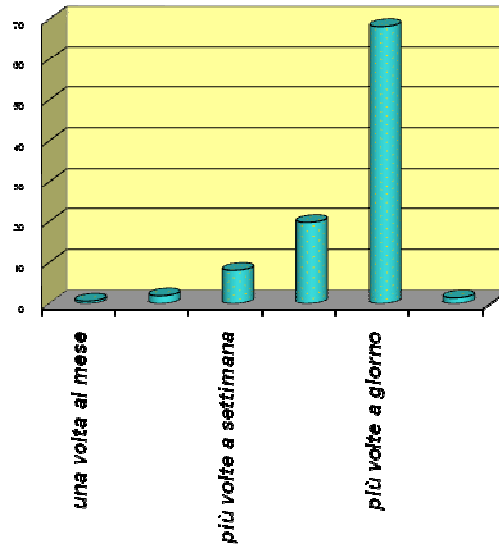


Tabella 15: Utilizzo di internet

Con che frequenza usi internet		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Mai	1	,3	,3	,3
	una volta al mese	2	,6	,6	1,0
	una volta alla settimana	6	1,9	1,9	2,9
	più volte alla settimana	25	7,8	8,1	11,0
	una volta al giorno	61	19,0	19,8	30,8
	più volte al giorno	210	65,4	68,2	99,0
	Altro	3	,9	1,0	100,0
	Totale	308	96,0	100,0	
Mancanti	99,00	13	4,0		
Totale		321	100,0		

Tavola 16: Utilizzo di internet

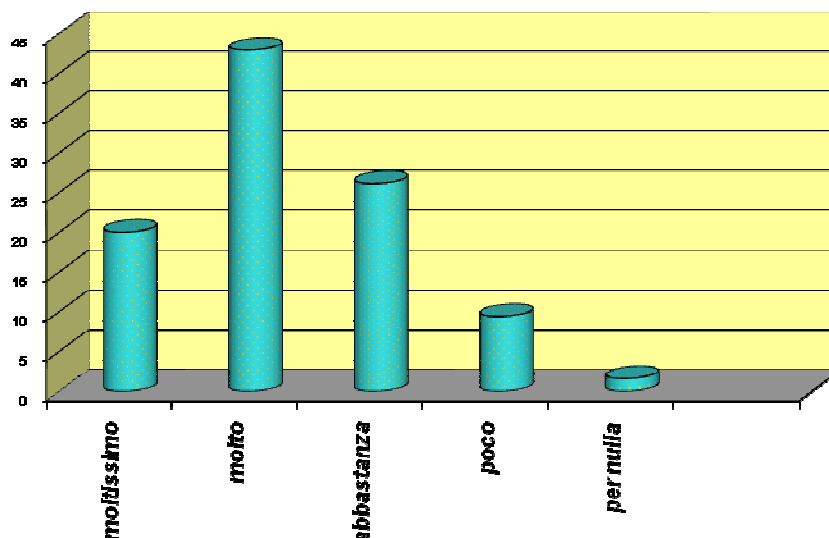


Analizzando il campione nella sua interezza emerge che il 42,9% ritiene che le tecnologie agevolino ‘molto’ l’apprendimento dell’arte; il 26,1% pensa che aiutino ‘abbastanza’; la restante parte del campione si distribuisce tra il 20%, che pensa aiutino ‘moltissimo’, mentre l’11% è più dubbioso sull’aiuto che le nuove tecnologie possano offrire, infatti dichiara ‘poco’ e ‘per nulla’.

Tabella 16: Illustra quanto le nuove tecnologie aiutino l’apprendimento

Tecnologie aiutano apprendimento artistico					
		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	moltissimo	62	19,3	20,0	20,0
	molto	133	41,4	42,9	62,9
	abbastanza	81	25,2	26,1	89,0
	Poco	29	9,0	9,4	98,4
	per nulla	5	1,6	1,6	100,0
	Totale	310	96,6	100,0	
Mancanti	99,00	10	3,1		
	100,00	1	,3		
	Totale	11	3,4		
Totale		321	100,0		

Tavola 17: Quanto le tecnologie aiutano l'apprendimento



La media delle statistiche sull'analisi del campione 'low-tech e high-tech' si situa tra il 2 e il 4, e ci mostra una situazione piuttosto omogenea (media 2,35) tra i due gruppi, riguardo le risposte inerenti: l'agevolazione alla visita, la disponibilità di tecnologie avanzate, lo stimolo all'approfondimento e la disponibilità di strumenti mobile; situazione diversa si verifica nella domanda che indaga la 'disponibilità di laboratori con l'ausilio di nuove tecnologie', poiché il valore medio sale al 4,1 per gli high-tech e al 3,9 per i low-tech.

Tabella 17: Le medie sui gruppi 'low-tech' e 'high-tech' inerenti le tecnologie avanzate presenti nel museo

Statistiche di gruppo				
	Livello tecnologico gruppo	N	Deviazione Media std.	Errore std. Media
Le tecnologie agevolavano la visita	low tech	73	2,6986 ,84467	,09886
	high tech	156	2,6346 ,93039	,07449
Le tecnologie erano disponibili al pubblico	low tech	72	3,0278 1,03423	,12189
	high tech	158	2,8861 ,98378	,07827
Le tecnologie usate stimolavano conoscenza e approfondimento	low tech	72	2,6667 ,83918	,09890
	high tech	158	2,7215 1,01500	,08075
Vi erano laboratori che usavano le tecnologie	low tech	83	3,9880 1,05338	,11562
	high tech	184	4,1739 1,08249	,07980
Tecnologie aiutano apprendimento artistico	low tech	92	2,4239 ,92859	,09681
	high tech	208	2,2356 ,95669	,06633
In qualche museo visitato era presente il mobile learning	low tech	84	1,9167 ,27805	,03034
	high tech	201	1,9005 ,30008	,02117

Tabella 18: I due gruppi: 'Low tech' e 'High tech' a confronto sul ruolo delle nuove tecnologie per le fruizione e l'apprendimento dell'arte

Statistiche di gruppo					
	Livello tecnologico gruppo	N	Deviazione		Errore std.
			Media	std.	
Le tecnologie agevolavano al visita	low tech	73	2,6986	,84467	,09886
	high tech	156	2,6346	,93039	,07449
Le tecnologie erano disponibili al pubblico	low tech	72	3,0278	1,03423	,12189
	high tech	158	2,8861	,98378	,07827
Le tecnologie usate stimolavano conoscenza e approfondimento	low tech	72	2,6667	,83918	,09890
	high tech	158	2,7215	1,01500	,08075
Vi erano laboratori che usavano le tecnologie	low tech	83	3,9880	1,05338	,11562
	high tech	184	4,1739	1,08249	,07980
Tecnologie aiutano apprendimento artistico	low tech	92	2,4239	,92859	,09681
	high tech	208	2,2356	,95669	,06633
In qualche museo visitato era presente il mobile learning	low tech	84	1,9167	,27805	,03034
	high tech	201	1,9005	,30008	,02117

Verificando le risposte offerte alle domande 55 e 56 emergono due gruppi: uno che ha fiducia nelle nuove tecnologie, denominato 'low-tech' e che ne fa un uso assai frequente, e un secondo che preferisce non usarle troppo, denominato 'high-tech'.

Se confrontiamo questi due gruppi rispetto alla questione dell'agevolazione alla visita: emergono 3 possibili comportamenti, da noi denominati: 'entusiasti', pari in valori assoluti a 148, 'possibilisti' pari a 61, e coloro che non amano utilizzare le tecnologie e non hanno particolare fiducia in esse, pari a 25. Identici sono i valori espressi dai 3 gruppi sulla questione dello stimolo alla conoscenza e approfondimento.

Rispetto alla disponibilità per il pubblico ad accedere alle nuove tecnologie, presenti al museo, si nota che, gli 'entusiasti' sono pari, in valori assoluti, a 149, i possibilisti a 61, e i refrattari a 25. Ciò significa che i 3 comportamenti si confermano nelle domande 48) e 49). Risulta più alto il valore degli 'entusiasti' sui laboratori, e aumenta ulteriormente quando si chiede di rispondere riguardo la presenza di servizi mobile per l'apprendimento. La media espressa dagli entusiasti sulla questione della agevolazione alla visita grazie all'ausilio delle nuove tecnologie è pari a 2,45, sale a 2,51 per lo stimolo all'approfondimento, mentre si innalza piuttosto significativamente sulla questione

della presenza di laboratori che offrivano strumenti tecnologici: 3,9 per gli entusiasti; 4,2 per i refrattari; e 4,3 per i possibilisti. Questo dato pare ancora più interessante se confrontato alla media dei medesimi gruppi, in relazione ai servizi di mobile learning presenti nel museo, ove si verifica la media più bassa in generale, pari 1,8 per gli entusiasti; 1,9 per i possibilisti e i refrattari. Le risposte alle domande 51) e 53) rivelano un trend più simile tra i 3 comportamenti evidenziati, rispetto alle risposte offerte nelle domande 49) e 50).

Tav.18: Illustra i trend simili riguardo la 'disponibilità delle nuove tecnologie' e dello 'stimolo alla conoscenza'; la presenza di 'laboratori tecnologici' e la disponibilità di 'servizi mobile learning'.

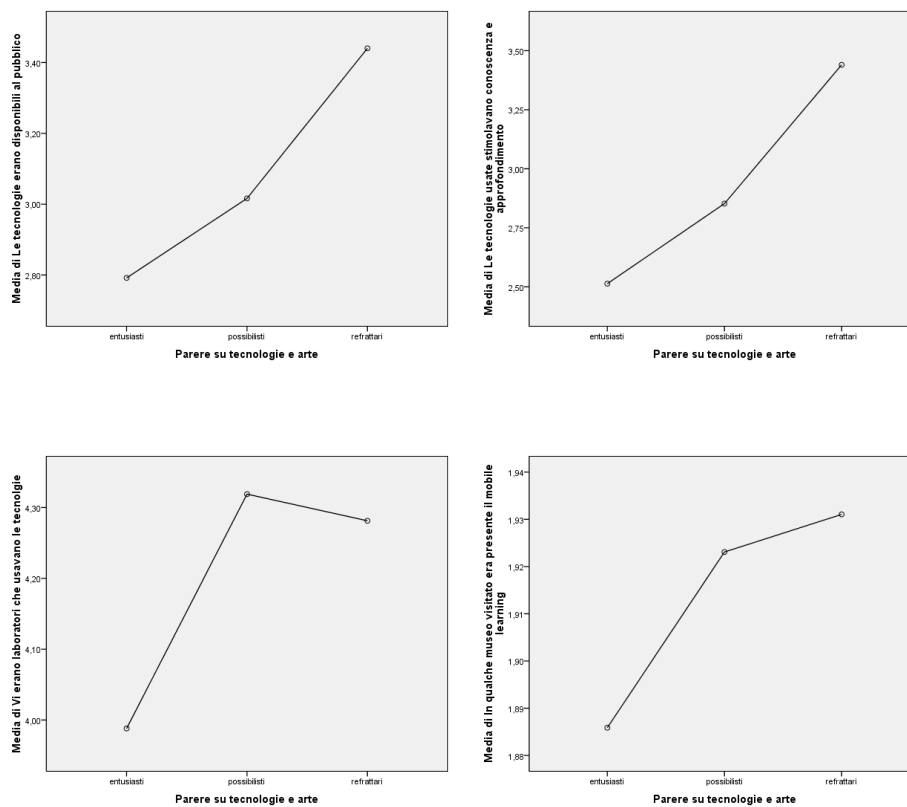


Tabella 19: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla agevolazione alla visita mediante l'ausilio delle nuove tecnologie

Le tecnologie agevolavano la visita			
Parere su tecnologie e arte		Sottoinsieme per alfa = 0.05	
	N	1	2
HSD di Tukey <sup>a</sup>	entusiasti	148	2,4527
	possibilisti	61	2,9344
	refrattari	25	3,2400
	Sig.		1,000

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.  
a. Utilizza dimensione campionaria media armonica = 47,506.

Tavola 19: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla agevolazione alla visita mediante l'ausilio delle nuove tecnologie

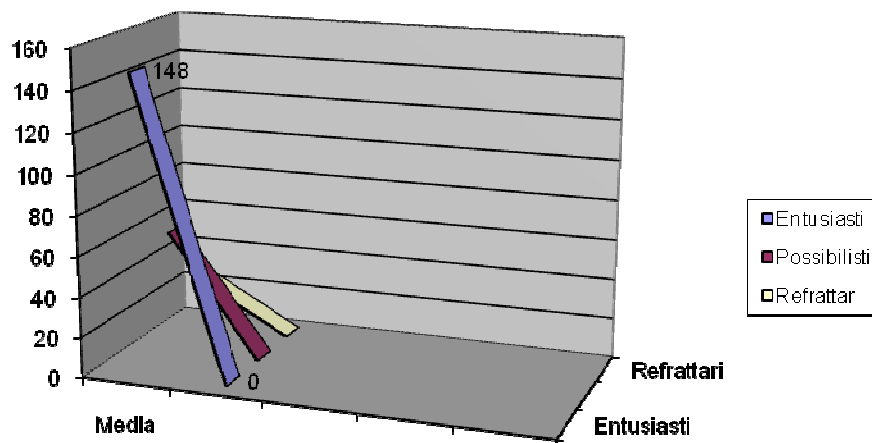


Tabella 20: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla disponibilità ad accedere alle nuove tecnologie in museo

Le tecnologie erano disponibili al pubblico			
Parere su tecnologie e arte		Sottoinsieme per alfa = 0.05	
	N	1	2
HSD di Tukey <sup>a</sup>	entusiasti	149	2,7919
	possibilisti	61	3,0164
	refrattari	25	3,4400
	Sig.		,494

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.  
a. Utilizza dimensione campionaria media armonica = 47,540.



Tavola 20: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla possibilità di accedere ai servizi mediati dalle nuove tecnologie

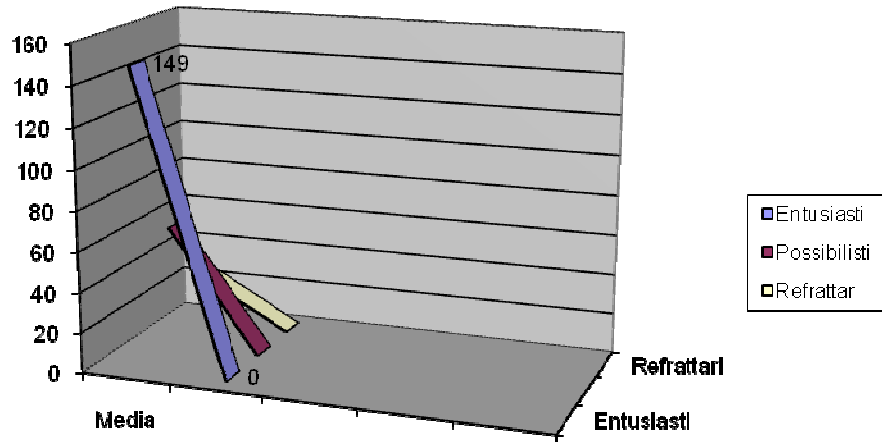


Tabella 21: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla disponibilità di laboratori che usavano tecnologie

Vi erano laboratori che usavano le tecnologie		Sottoinsieme per alfa = 0.05	
Parere su tecnologie e arte	N		
HSD di Tukey <sup>a</sup> entusiasti	168	3,9881	
refrattari	32	4,2812	
possibilisti	69	4,3188	
Sig.		,215	

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.  
 a. Utilizza dimensione campionaria media armonica = 58,033.

Tavola 21: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla disponibilità di laboratori che usavano le nuove tecnologie

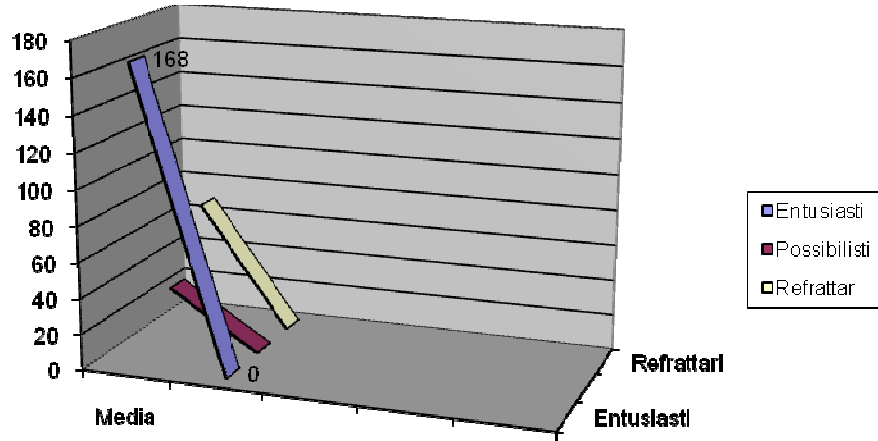
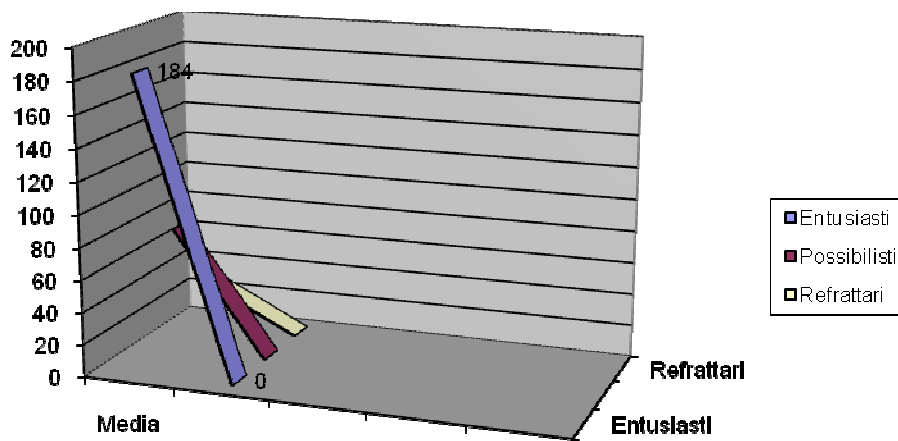


Tabella 22: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla disponibilità di servizi di mobile learning nei musei visitati

In qualche museo visitato era presente il mobile learning	
Sottoinsieme per alfa = 0.05	
Parere su tecnologie e arte	N
HSD di Tukey <sup>a</sup> entusiasti	184 1,8859
possibilisti	78 1,9231
refrattari	29 1,9310
Sig.	,702

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.  
 a. Utilizza dimensione campionaria media armonica = 56,885.

Tavola 22: Il parere degli entusiasti, possibilisti, e refrattari sulla disponibilità di servizi di mobile learning nei musei visitati



Sintetizzando questa sezione di indagine emerge che:

il cellulare internet sono entrambi molto utilizzati dal campione, che il parere sulle nuove tecnologie è positivo sia per il gruppo low-tech che per il gruppo high-tech, i quali esprimono entusiasmo sul ruolo che le tecnologie possono avere nell'agevolare la visita, stimolare l'apprendimento e aiutare lo studio dell'arte. Andando più in profondità nell'indagine si evidenziano 3 stili tecnologici:

1. entusiasti che ripongono nelle nuove tecnologie la risoluzione a molti problemi;
2. possibilisti, che dimostrano fiducia nelle nuove tecnologie ma che sono anche perplessi sulla loro applicabilità al contesto reale;
3. refrattari che sono coloro che non le mano, le usano poco e sono generalmente diffidenti.

Dai 3 stili tecnologici emerge che i più soddisfatti sono sempre gli 'entusiasti', mentre i possibilisti lamentano la disponibilità di servizi tecnologici all'interno dei musei, come la disponibilità di servizi evoluti come il mobile learning; anche i refrattari denunciano una certa sfiducia sulla accessibilità alle nuove tecnologie e sui limiti allo stimolo della conoscenza.

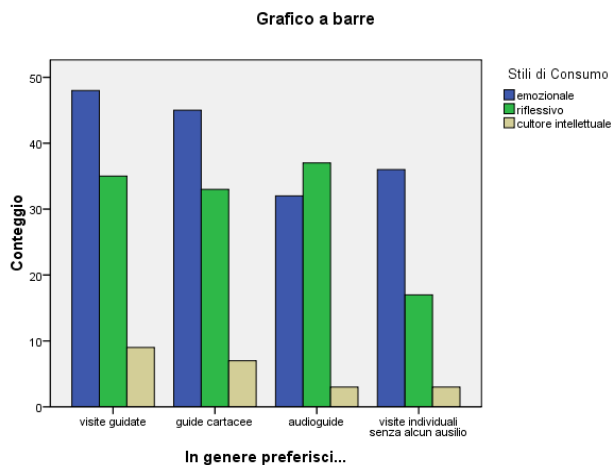
Entrando maggiormente nel merito della analisi riguardante i tre stili di consumo individuati e confrontando tra di loro le risposte offerte alle domande 5), 6) e 10) notiamo

che non si verifica una sostanziale differenza tra l'emozionale, l'indagatore e l'intellettuale nella preferenza espressa sul tipo di guida alla quale affidarsi per esplorare il museo o la mostra.

Tabella 23: Il parere degli emozionale, indagatore, intellettuale in merito alla preferenza espressa sul tipo di guida

Tavola di contingenza		Stili di Consumo			
Conteggio		emozionale	indagatore	intellettuale	Totale
In genere preferisci...	visite guidate	48	35	9	92
	guide cartacee	45	33	7	85
	audioguide	32	37	3	72
	visite individuali senza alcun ausilio	36	17	3	56
	Totale	161	122	22	305

Tavola 23: Il parere degli emozionale, indagatore, intellettuale in merito alla preferenza espressa sul tipo di guida



Ma confrontando le risposte offerte alla 10), che qualifica la preferenza sulla guida, e alla 6), che delinea il comportamento di reiterazione di visione delle opere o di naturale prosecuzione del percorso offerto dall'allestimento, i dati paiono più interessanti. Infatti si nota che tra coloro che scelgono le guide cartacee c'è la propensione ad andare avanti e indietro per vedere e rivedere le opere, pari al 58,8%. Tra coloro che optano per l'audioguida la tendenza è quella di seguire il percorso per il 60,8%.

Tabella 24: Il parere espresso sul tipo di guida messo in relazione con lo stile di visita, ossia libero o osservante del percorso proposto dal curatore

Conteggio		Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente		Totale
		seguo il percorso	mi sposto per vedere e rivedere le opere	
Preferenza guida museale	audioguida	49	41	90
	solo	60	64	124
	guida cartacea	45	58	103
	Totale	154	163	317

Tabella 24: Il parere espresso sul tipo di guida messo in relazione con lo stile di visita, ossia libero o osservante del percorso proposto dal curatore

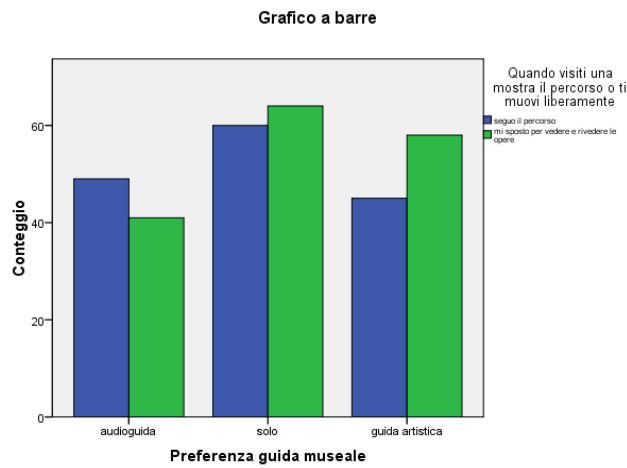


Tabella 25: Il parere espresso sul tipo di guida messo in relazione con lo stile di visita, ossia libero o osservante del percorso proposto dal curatore

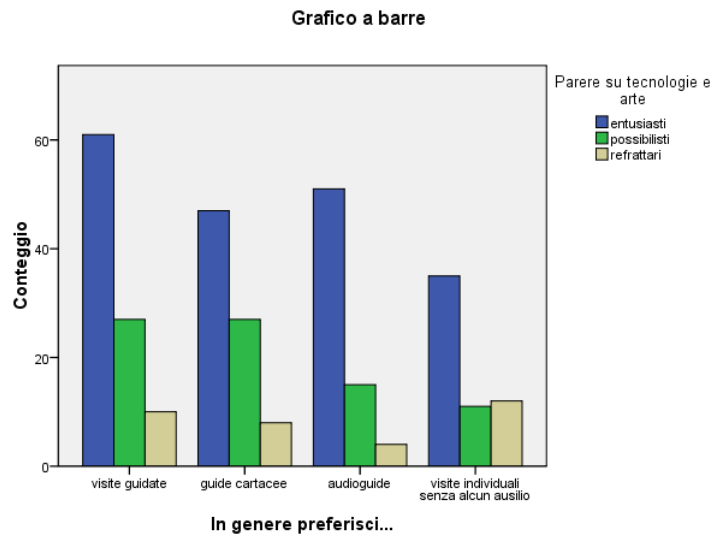
		Tavola di contingenza In genere preferisci... * Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente		
		Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente		
		seguo il per-	mi sposto per vedere e rivedere le opere	Totale
In genere preferisci...	visite guidate	corso		
	Conteggio	47	51	98
	Conteggio atteso	48,1	49,9	98,0
	% entro In genere preferisci...	48,0%	52,0%	100,0%
	% entro Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente	30,3%	31,7%	31,0%
guide cartacee	Conteggio	35	50	85
	Conteggio atteso	41,7	43,3	85,0
	% entro In genere preferisci...	41,2%	58,8%	100,0%
	% entro Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente	22,6%	31,1%	26,9%
audioguide	Conteggio	45	29	74
	Conteggio atteso	36,3	37,7	74,0
	% entro In genere preferisci...	60,8%	39,2%	100,0%
	% entro Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente	29,0%	18,0%	23,4%
visite individuali senza alcun ausilio	Conteggio	28	31	59
	Conteggio atteso	28,9	30,1	59,0
	% entro In genere preferisci...	47,5%	52,5%	100,0%
	% entro Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente	18,1%	19,3%	18,7%
Totale	Conteggio	155	161	316
	Conteggio atteso	155,0	161,0	316,0
	% entro In genere preferisci...	49,1%	50,9%	100,0%
	% entro Quando visiti una mostra il percorso o ti muovi liberamente	100,0%	100,0%	100,0%

Questo stile di visita pare essere in contraddizione con le ipotesi di un'utenza più propensa all'uso delle tecnologie e che generalmente possiede un livello scolastico alto, laddove per tecnologie si intenda una audioguida di ultima generazione che permette una fruibilità assolutamente individuale e ritagliata sui propri interessi. Alla luce di questi risultati pare necessario andare più a fondo e analizzare la scelta della guida in base ai 3 profili tecnologici, individuati sopra, ovvero gli 'entusiasti', i 'possibilisti' e i 'refrattari'. In questo caso emerge che il 61% degli entusiasti preferisce le visite guidate; i possibilisti dichiarano una predilezione per le guide cartacee e le visite guidate alla pari, ossia al 27%; preferiscono le visite individuali senza alcun ausilio, pari al 12%.

Tabella 26: Il parere espresso dagli 'entusiasti', 'possibilisti' e refrattari' sul tipo di guida messo in relazione con lo stile di visita, ossia libero o osservante del percorso proposto dal curatore.

		Parere su tecnologie e arte				
		entusiasti	possibilisti	refrattari	Totale	
In genere preferisci...	visite guidate	Conteggio	61	27	10	98
		Conteggio atteso	61,7	25,5	10,8	98,0
		% entro In genere preferisci...	62,2%	27,6%	10,2%	100,0%
	guide cartacee	Conteggio	47	27	8	82
		Conteggio atteso	51,6	21,3	9,1	82,0
		% entro Parere su tecnologie e arte	31,4%	33,8%	29,4%	31,8%
	audioguide	Conteggio	51	15	4	70
		Conteggio atteso	44,1	18,2	7,7	70,0
		% entro In genere preferisci...	72,9%	21,4%	5,7%	100,0%
	Visite individuali senza alcun ausilio	Conteggio	35	11	12	58
		Conteggio atteso	36,5	15,1	6,4	58,0
		% entro Parere su tecnologie e arte	18,0%	13,8%	35,3%	18,8%
Totale	Conteggio	194	80	34	308	
	Conteggio atteso	194,0	80,0	34,0	308,0	
	% entro In genere preferisci...	63,0%	26,0%	11,0%	100,0%	
	% entro Parere su tecnologie e arte	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tavola 25: Il parere espresso dagli 'entusiasti', 'possibilisti' e refrattari' sul tipo di guida messo in relazione con lo stile di visita, ossia libero o osservante del percorso proposto dal curatore



Abbiamo poi proseguito la nostra indagine, tentando di indagare gli aspetti contenutistici della mostra, che si era indicata come positiva, individuando in una selezione di domande un campione di indagine particolarmente significativo, con ciò intendiamo le domande n°: 17, 19, 21, 24, 27, 28, 31 e 38, con le quali si chiedeva la campione di esprimere un giudizio su una scala da 'per nulla' a 'moltissimo' e su una scala numerica da 0 a 10, sulla innovatività della proposta museale; sulla disponibilità di approfondimenti; sulla comprensibilità dell'origine della collezione; sulla chiarezza della segnaletica; sulla enfattizzazione di alcuni beni mediante l'illuminazione; sull'adeguatezza della sede espositiva nonché sul grado estetico espresso dall'allestimento.

Tabella 27: Rispetto ai tre stili di consumo quanto innovativa risulta la mostra

Da 0 a 10 quanto era innovativa mostra		
HSD di Tukey		
profili	N	Sottoinsieme per alfa = 0.05
emozionale	159	5,6101
riflessivo	120	5,6667
cultore intellettuale	22	5,9545
Sig.		,755

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.



Il gruppo dei 'cultori intellettuali' valuta la mostra visitata come più innovativa, mentre il profilo meno interessato a questa caratteristica è quello degli emotivi.

Tabella 28: Rispetto ai tre stili di consumo: disponibilità di approfondimenti

Disponibilità di approfondimenti		
HSD di Tukey		
profili	N	Sottoinsieme per alfa = 0.05
cultore intellettuale	22	2,6364
emozionale	161	2,8944
riflessivo	121	2,9504
Sig.		,225
Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.		

I 'riflessivi' e gli 'emozionali' hanno trovato meno disponibilità di approfondimenti rispetto ai 'cultori'.

Tabella 29: Rispetto ai tre stili di consumo: possibilità di attingere all'origine della collezione

Era possibile attingere all'origine della collezione e identità		
HSD di Tukey		
profili	N	Sottoinsieme per alfa = 0.05
cultore intellettuale	22	2,5909
riflessivo	120	2,7000
emozionale	161	2,8447
Sig.		,242
Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.		

Anche in questo caso gli 'emozionali' e i 'riflessivi' hanno riscontrato meno possibilità di comprensione dell'origine della collezione, rispetto ai cultori della materia, che dichiarano invece una chiarezza identitaria situabile tra 'abbastanza e molto'.

Tabella 30: Rispetto ai tre stili di consumo: possibilità di seguire percorsi diversi a seconda dell'età e del grado culturale

Era possibile seguire percorsi diversi a seconda età e cultura			
HSD di Tukey			
		Sottoinsieme per alfa = 0.05	
profili	N	1	2
cultore intellettuale	21	3,0476	
riflessivo	119		3,9076
emozionale	162		3,9198
Sig.		1,000	,998

Il cultore intellettuale ha trovato più percorsi tematici e probabilmente per età, mentre gli altri due gruppi, ossia i 'riflessivi' e gli emozionali' hanno rilevato pochi percorsi.

Tabella 31: Rispetto ai tre stili di consumo: chiarezza della segnaletica

Da 0 a 10 era chiara la segnaletica			
HSD di Tukey			
		Sottoinsieme per alfa = 0.05	
Profili	N	1	
Emozionale	145	6,3310	
Riflessivo	116	6,5259	
cultore intellettuale	20	6,9000	
Sig.		,360	

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.

In questo caso i 'cultori', sebbene di poco, sono quelli più insoddisfatti.

Tabella 32: Rispetto ai tre stili di consumo: enfaticizzazione mediante la luce dell'opera

Da 0 a 10 luci facevano risaltare oggetti			
HSD di Tukey			
		Sottoinsieme per alfa = 0.05	
Profili	N	1	
cultore intellettuale	22	7,5000	
riflessivo	121	7,5702	
emozionale	159	7,6478	
Sig.		,914	

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.

In questo caso si dichiarano omogeneamente ‘molto’ soddisfatti degli allestimenti e di come la luce esaltasse il bene artistico.

Tabella 33: Rispetto ai tre stili di consumo: adeguatezza della sede espositiva

Sede espositiva era adeguata esposizione		
HSD di Tukey		
profili	N	Sottoinsieme per alfa = 0.05
emozionale	161	2,3230
riflessivo	117	2,3419
cultore intellettuale	22	2,5000
Sig.		,544

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.

Riguardo la sede sono tutti piuttosto soddisfatti con un leggero indice di insoddisfazione espresso dagli ‘emozionali’.

Tabella 34: Rispetto ai tre stili di consumo: estetica della mostra

Da 0 a 10 quanto è bella la mostra		
HSD di Tukey		
profili	N	Sottoinsieme per alfa = 0.05
cultore intellettuale	22	7,2727
riflessivo	119	7,6723
emozionale	162	7,6975
Sig.		,370

Sono visualizzate le medie per i gruppi di sottoinsiemi omogenei.

Gli emozionali sono i più soddisfatti dall'estetica, anche se si registra un trend positivo per tutti gli stili di consumo.

Gli emozionali sono i più soddisfatti dall'estetica, anche se si registra un trend positivo per tutti gli stili di consumo. Il piccolo gruppo degli intellettuali valuta in modo più positivo i contenuti propriamente artistici e culturali della mostra, mentre per il gruppo degli emozionali queste variabili risultano meno soddisfacenti. Tale gruppo si caratterizza però per una maggiore soddisfazione rispetto ad allestimento, museo e organizzazione della mostra.

In linea generale emerge una chiara soddisfazione dalle mostre visitate, sebbene siano state ritenute poco innovative per tutti e tre gli stili di consumo. Giudizi molto positivi si sono espressi riguardo:

- la disponibilità agli approfondimenti;
- la rintracciabilità e la comprensione dell'identità e dell'origine della collezione;
- la capacità d'uso delle luci, che enfatizzano la scenografia dell'allestimento;
- adeguatezza della sede espositiva;
- la bellezza delle mostre;

Risulta appena inferiore la soddisfazione espressa sulla chiarezza della segnaletica, mentre si lamenta la scarsità di proposte percorsuali dedicate a gruppi suddivisi per età e cultura.

Nonostante i risultati non siano macroscopicamente significativi a livello statistico (probabilmente a causa delle dimensioni ridotte di alcuni sottocampioni) è stato possibile rilevare delle differenze nella valutazione delle mostre visitate. Quello che si è evidenziato è stato un insieme complesso di indicazioni, nei quali i diversi gruppi si sono alternate e rimescolati nel livello di soddisfazione, in relazione ai diversi aspetti della mostra e del museo presi in esame.

Nonostante i risultati non siano statisticamente significativi (probabilmente a causa delle dimensioni ridotte di alcuni sottocampioni) è possibile rilevare delle differenze nella valutazione delle mostre visitate. Quello che si evidenzia è un insieme complesso di indicazioni, nei quali i diversi gruppi si alternano nel livello di soddisfazione, in relazione con i diversi aspetti della mostra e del museo presi in esame. In particolare il piccolo gruppo dei cultori intellettuali valuta in modo più positivo i contenuti propriamente artistici e culturali della mostra, mentre per il gruppo degli emozionali queste variabili risultano meno soddisfacenti. Tale gruppo si caratterizza però per una maggiore soddisfazione rispetto ad allestimento, museo e organizzazione della mostra.

#### 5.4.1 *Commento ai risultati del questionario*

Dall'analisi quantitativa dei risultati del questionario emergono alcune tendenze significative: la presenza di molti giovani; la prevalenza di donne e una buona percentuale di laureandi, nonché un numero piuttosto alto di impiegati nel settore dei servizi.

Si sono evidenziati 3 stili di consumo: emozionale – ingenuo, riflessivo -indagatore e intellettuale che hanno confermato, ciò che avevamo intuito riguardo la fruizione artistica, ovvero che gli emozionali:

- fossero maggiormente presenti nella totalità del campione, se non fosse altro per l'approccio che la buona parte delle persone ha nei confronti dell'arte: infatti i più individuano in un predominio delle emozioni provate una certa gratificazione, che poi funge da stimolo a una seguente visita; indicazione che studieremo nell'ultima fase della ricerca, ossia nella fase III – focus group);
- si evidenzia inoltre un certo gradimento nella presa in visione dell'allestimento scenico, che alla pari di un teatro 'mette in scena' l'arte;
- mentre denunciano una certa insoddisfazione nella disponibilità all'approfondimento e alla suddivisione dei percorsi per età e livello culturale. Anche in questo caso si conferma l'idea di una fruizione che enfatizza gli aspetti estetici ma che, essendo manchevole di una determinata conoscenza scientifica della materia artistica, non è in grado di reperire dall'allestimento informazioni dettagliate. Lo stile emozionale - ingenuo denuncia la scarsità delle occasioni di approfondimento, quando sappiamo bene che le curatele nazionali abbondano nella diffusione culturale delle informazioni inerenti il tema, il dettaglio storico, la critica, ecc.

In generale tutti e tre gli stili affermano un grado di soddisfazione piuttosto alto rispetto agli allestimenti, l'organizzazione museale, le sedi ospitanti le collezioni e la bellezza dei beni artistici esposti. Infatti il sottogruppo dei 'fuori museo' propone un ricco elenco descrittivo riguardante gli aspetti positivi riscontrati nei musei visitati, che noi abbiamo sintetizzato in 6 caratteristiche, il museo è:

- organizzato;
- curioso;
- educativo;

- ricco;
- emozionante;
- e interessante.

Il campione indagato ha inoltre manifestato di apprezzare le nuove tecnologie: solo pochi infatti sono coloro che mantengono un atteggiamento di ‘rifiuto’, da noi circoscritti al gruppo dei ‘refrattari’, a cui si aggiungono i ‘possibilisti’ e gli ‘entusiasti’. Coloro che si sono ascritti ai primi due sottogruppi sono anche coloro che si lamentano di più, mentre gli ‘entusiasti’ sono proprio tali anche nel descrivere i servizi tecnologici offerti dai musei.

Il campione, dunque, a parte alcune chiare definizioni riguardanti l’età il sesso e la scolarità, appare piuttosto complesso e frastagliato per la ricchezza delle sfumature comportamentali inerenti gli stili di consumo, l’approccio alle nuove tecnologie e il loro utilizzo all’interno del contesto museale per l’esplorazione dei contenuti artistici.

## **5.5 FASE 3 – FOCUS GROUP**

### *5.5.1 Report del focus group*

Il focus group ha coinvolto 8 persone nelle tematiche riguardanti:

1. le motivazioni profonde e i bisogni che spingono l’utente a visitare un museo o una mostra;
2. le emozioni che si provano e che ricercano in un allestimento;
3. la dimensione socializzante che può offrire un museo;
4. la dimensione apprenditiva e il ruolo che un museo può svolgere per il pubblico;
5. servizi di orientamento e informazione medianti anche dalle nuove tecnologie;
6. servizi alla persona<sup>77</sup>

Riguardo le **motivazioni profonde** si è chiesto “quale fosse il museo ideale”, quali i musei visitati e perché e quali informazioni ricercate in preparazione alla visita. E’ e-

---

<sup>77</sup> Per le risposte direttamente offerte dai soggetti coinvolti nel focus group si rimanda alla sezione allegati ‘Appendice’ che riporta i dialoghi intersorsi tra conduttore e soggetti medesimi.

merso uno scenario piuttosto interessante in quanto sono stati offerti esempi concreti di musei ideali, come Villa d'Este o a Granada il 'quartiere gitano', ma anche è stata messa in evidenza l'esigenza di spiegazioni chiare "anche per inesperti" e di catalogazioni che abbiano carattere estetico, affinché il museo non risulti una specie "di ripostiglio di cose gettate alla rinfusa".

Tra i musei più visitati il Louvre, ma anche Amsterdam, Madrid e l'Alhambra. Le motivazioni che stanno alla base della scelta museale oscillano tra la fama dell'artista, l'attrattiva artistica del luogo in cui è ubicato il museo, la spesa se contenuta, o addirittura la gratuità, nonché le informazioni generali riguardanti foto o articoli di promozione giornalistica. Riguardo questo ultimo punto, pare che i soggetti intervistati non facciano alcuno sforzo nel raccogliere informazioni prima della mostra, inerenti il tema o la critica d'arte, e semmai dimostrano un interesse verso queste tematiche, solo a seguito del successo della mostra stessa.

Interpellati i soggetti sulle emozioni provate, qualcuno denuncia una "sensazione sgradevole" nel dover osservare opere note, come la Gioconda, assieme a una calca di altre persone, senza poi concedere, da parte del museo, la possibilità di "soffermarsi anche su opere minori", a causa del caos generale che si prova all'interno di strutture molto visitate, come il Louvre appunto. Si rileva inoltre una sensazione di "stanchezza fisica" a causa delle interminabili code alle biglietterie, anche se poi "l'emozione e l'arricchimento interiore, spesso ripagano la fatica". Le luci e la scenografia hanno un loro peso nello stimolare emozioni, ma si rileva come importante anche la "posizione dei quadri e lo studio dell'allestimento" più in generale, individuando in Versailles un esempio da seguire. Qualcuno ritiene che l'aspetto scenografico sia più importante per l'arte contemporanea, come a esempio nel Museo Guggenheim di Bilbao. I musei che vengono indicati come più piacevoli sono comunque il Louvre di Parigi, il Museo Nacional del Prado di Madrid, il Museo della Scienza di Valencia, ma anche il Museo Ebraico di Berlino o il Museo Nazionale Ferroviario Pietrarsa di Napoli. Tra i più brutti: il Museo etnografico Petit Monde della Valle d'Aosta e il Museo delle Scienze Naturali di Marsiglia.

A fronte della richiesta di "cosa possa annoiare in un museo", che aveva la finalità di indagare **l'aspetto socializzante** e i relativi attributi negativi presenti in una dimensione di intrattenimento, quale quella museale, i soggetti coinvolti, hanno dichiarato che le at-

tese, i numerosi servizi tutti a pagamento, i percorsi troppo lunghi e la disorganizzazione sono gli aspetti che pesano maggiormente durante una visita. Mentre pare che le occasioni di relax, di contro, al bar o alla caffetteria o al ristorante del museo vengano colte solo in parte, ossia solo le tali strutture risultano essere “esteticamente belle” e solo se il museo è molto grande. Quindi sembrerebbe che al di fuori della visita, le altre aree, deputate al relax vengano godute poco.

La dimensione sociale e il **ruolo che il museo** riveste per il territorio sembrano essere molti sentiti dagli intervistati. Infatti parlano di “identità” e di “territorialità”, esplicitano una relazione tra l’identità che non necessariamente passa attraverso il manufatto artistico, ma anche solo attraverso il manufatto artigianale, come nel caso dei musei etnografici, mettendo in luce l’importanza del museo e del ruolo identitario che esso svolge per la collettività, indipendentemente da cosa mette in mostra, basta che l’oggetto sia significativo per il territorio ove è mostrato. Si chiede allora cosa pensano della relazione “tra la cassa e l’identità” di una istituzione museale; emerge che esistono modi diversi di percepire l’identità territoriale, ma che qualche volta si tenta solo di far cassa, come nel caso del Museo Santa Giulia in Brescia, ove le strategie di marketing, pensano solo al profitto. Ma si dichiarano anche valori come “il senso del dovere e dell’orgoglio” di appartenenza al territorio e alla sua storia. Infatti bisognerebbe “tutelare e rendere accessibili i patrimoni culturali [...] valorizzandone le radici”.

D’altro canto alla richiesta di espressione di giudizio sui tempi di apertura, qualche volta, ristretti di alcuni musei italiani, alcuni rispondono che “non ha senso tenere aperto un museo, se non c’è profitto”. Ma altri sono dell’idea che i musei vadano cambiati radicalmente nella gestione, con investimenti governativi o con privatizzazioni e sponsorizzazioni come all’estero. A fronte della attrattività che un museo può esercitare, qualcuno porta il discorso sulle “nuove tecnologie”, affinché si rendano realmente fruibili e accessibili al pubblico, qualcun altro avanza la richiesta di servizi migliori, soprattutto a livello di logistica, altri ancora puntano sulla promozione e diffusione di informazioni, affinché il museo recuperi l’interesse del pubblico. Soprattutto per i più giovani, la gita al museo non dovrebbe essere solo un’attività extracurricolare, ama dovrebbe far leva sulle motivazioni profonde dei giovanissimi, dovrebbe stimolare la partecipazione reale anche con un coinvolgimento che anticipi la visita.



Riguardo i **servizi di orientamento**, si è chiesto cosa avessero trovato nei musei visitati, e parte due soggetti che dichiarano di aver trovato dei touch screen e delle informazioni scaricabili via bluetooth, gli altri parlano di “informazioni minime” e “audio guide classiche”. Si esplicita la propensione alle “visite di gruppo”, ma raramente con “personale qualificato”.

Riguardo gli ulteriori **servizi alla persona** che il museo offre per rendere più comoda e rilassante la visita. Quasi tutti concordano nel dichiarare che la comodità nel caso dei musei è da intendersi come “raggiungibilità”, mentre nessuno si pronuncia in fatto di disponibilità di sale relax o di punti ristoro e ancora di sale di approfondimento e riflessione tese al maggior godimento dell’evento messo in mostra. Solo un soggetto dichiara di aver trovato delle poltrone comode al Museo Ebraico di Berlino.

### 5.5.2 *Commento ai risultati del focus group*

Dall’analisi qualitativa del focus group emerge che la ‘chiarezza e la bellezza’ sono attributi ricercati nel museo e che sono alla base dello stimolo alla visita. Ma anche gli aspetti economici hanno il loro peso, pare in qualche caso che la gratuità possa essere un indicatore delle scelte sottese alla visita. Ovviamente anche l’attrattività del luogo e la fama dell’artista sono fattori che si situano alla base del processo selettivo.

Riguardo la capacità da parte del museo di rivestire un ruolo un po’ diverso dal consueto, ossia al di fuori degli ambiti di conservazione, tutela, messa in mostra di oggetti significativi, pare che non venga scelto come luogo di intrattenimento e di socializzazione, quando poi sappiamo quanto i musei negli ultimi decenni si siano impegnati a offrire servizi e attività che hanno in se un alto valore socializzante: a esempio gli aperitivi serali o le attività ludiche per le famiglie o ancora le attività di approfondimento, ma anche spettacoli teatrali in museo ecc... Anche in questo caso il fattore estetico dell’istituzione che promuove eventi, pare possa incidere nella scelta di prolungamento della visita, e non tanto l’attività proposta: infatti ci si ferma al bar, al ristorante o nelle salette poste al relax solo se sono palesemente ‘belle’.

La dimensione sociale che quindi un’ istituzione museale può stimolare non pare distaccarsi dai ruoli più classici che essa stessa evoca, ossia luogo di raccoglimento e riflessione in cui la confusione o la cattiva organizzazione possono incidere sul gradimento della fruizione; luogo di apprendimento anche attraverso le nuove tecnologie, ma non

alternativa al teatro, allo stadio o al cinema, ovvero agli luoghi riconosciuti come spazi di incontro e socializzazione. Rispetto gli aspetti economici legati alla promozione e al marketing il campione si divide in due: da un lato emerge l'esigenza di 'far cassa' e dall'altro la volontà di tornare alle funzioni primarie del museo, che poco hanno a che vedere con gli aspetti economici; questa dicotomia evidenziata è particolarmente interessante, poiché è una delle tematiche chiave, ancora irrisolte in ambito di fruizione e promozione museale, ben individuata e sentita dai soggetti coinvolti in questa indagine qualitativa.

Riguardo i servizi che i musei offrono, pare che i servizi evoluti non siano ancora presenti in molti musei, come poi denuncia il campione dell'indagine, e pare inoltre che le tematiche dell'apprendimento nonché delle tecnologie siano in relazione le une con le altre, soprattutto emerge la richiesta di informazioni chiare, semplici e 'piacevolmente mediate' dalle tecnologie informatiche.

Concludendo, dunque, anche in questa indagine si rileva l'importanza di una ridefinizione del ruolo e della competenze museali, nonché dell'organizzazione e del riassetto economico dei musei italiani, affinché possano effettivamente competere con i musei di altri Paesi.

Si denota una tendenza alla richiesta di 'servizi evoluti' per l'utenza, poiché la fiducia verso il mezzo tecnologico e verso il diverso contenuto, mediato dal mezzo tecnologico stesso, può esercitare attrazione nei confronti del museo.

## 6 CONCLUSIONI

Così come Mattia Pascal si trovò di fronte lo specioso scenario di testi edificanti accostati a testi di minor conforto nella biblioteca di Miragno – “e siccome i libri furon presi di qua e di là nel magazzino e accozzati così come venivano sottomano, la confusione era indescrivibile”- e dovette far leva su tutto il suo impegno e adoperare tutto il suo sforzo per porre ordine, anche noi nel corso della nostra indagine ci siamo trovati nelle sue stesse condizioni: abbiamo ripercorso i contenuti scientifici di varie discipline, per tentare di comprendere come l’oggetto estetico avesse trovato una sua sistematizzazione nei pensieri teorizzanti, partendo dal XIX secolo, e quello che abbiamo trovato, proprio come nella biblioteca immaginaria di Miragno, è stato un universo frammentato, quale potrebbe apparire nell’immagine di un caleidoscopio.

Non è si è trovata una tradizione accademica scientifica che abbia consolidato i suoi saperi negli anni, perché, come già menzionato in precedenza, si è trascurata quasi del tutto l’esplorazione sugli aspetti fruitivi del bene artistico e culturale. Si sono scoperti autori, ritenuti i padri fondatori di alcune discipline, come Aby Warburg per la storia dell’arte, o si sono semplicemente rincontrati autori che si sono occupati di comunicazione artistica, come Umberto Eco, riconducibile alla sfera semiotica. Si sono inoltre rinvenute teorizzazioni riguardanti le simboliche dell’arte, come quelle di Susanne Langer, su cui molto prima si era pronunciato Aristotele, ma anche sulle quali ha offerto il suo pensiero Panofsky, come a esempio sul distinguo tra ciò che è arte e ciò che non può essere ritenuto tale. Non dimentichiamo però che si sono ritrovati autori anche meno noti a livello planetario, rispetto agli ultimi due menzionati, ma che con estrema semplicità hanno risolto la questione di cosa sia arte con la ‘A’ maiuscola e di cosa non lo sia, indicando nell’estro e nella libera espressione le vie predilette dal ‘vero artista’. A questo punto l’indagine che ne poteva seguire non poteva che, come in una biblioteca babelica, accostare teorie note e teorie meno note, capisaldi della letteratura scientifica a innovatori della tradizione accademica di recente storiografia, e tentare di organizzare le idee e i pensieri che man mano la tradizione ci rivelava. In questa fase iniziale, fondamentale è stato il contributo de il *Il Linguaggio dell’arte*, di Omar Calabrese, che riportava in sé rimandi e riferimenti alla letteratura scientifica sul tema artistico e che ci ha permesso di mettere ordine tra le teorie e i modelli espositivi. Si è notato che tutte le di-

scipline che hanno in quale misura tentato di affiancarsi al complesso tema del linguaggio dell'arte, si è notato che si sono espresse su alcuni temi chiave:

- che cosa sia e non sia arte;
- quale relazione l'arte intrattiene con il pubblico;
- quanto è importante la libertà d'espressione, e quale relazione interessa il potere economico.

Oggi, come sostiene Zecchi (2000, 18), *“si è finiti per attribuire all'arte un valore non meno complesso e importante di quello che si assegna al senso della verità [...] o del bene”*, ci si occupa di arte con tale dovizia e tale impegno che molte dottrine, dalla psicologia alla sociologia, dalla pedagogia alla filosofia, dalla storia dell'arte all'ingegneria informatica, dalla iconologia alla museografia, si sono pronunciate così tante volte a riguardo che l'arte si è finito per istituzionalizzarla: lo Stato ha dovuto incaricarsi della sua tutela, della sua gestione, del sovrintendere al suo valore, dell'occuparsi della sua conservazione, nonché della sua promozione. Con ciò non si vuol sostenere che prima di quest'epoca che stiamo vivendo, lo Stato non fosse attento osservatore del dato artistico, ma che è dalle Esposizioni Universali e dalla nascita della borghesia che lo stato ha dovuto accogliere le istanze di una nuova classe dirigente, che rintracciava nell'arte un bene prezioso e un passatempo dilettevole.

Allora ci si è domandati come le Istituzioni intendessero i modelli, se ve ne fossero, e come interpretassero il bene artistico in una società dei consumi come la nostra. Anche l'arte è oggetto di 'consumo' e 'fruizione' da parte di un pubblico reale e potenziale, che i curatori museali tentano a ogni occasione di attrarre. Con quali modelli? Se ne sono trovati quattro: 'l'utente modello' di matrice sociologica che si concentra sulle prassi di consumo; la 'visibilità del manufatto' di origine storico artistica che rintraccia nell'impatto scenografico il valore espositivo; il 'circolo della comprensione' più riconducibile alla matrice filosofica che vede nelle idee, nei valori e negli obiettivi che si vogliono perseguire, un'indicazione del modello espositivo da adottare, e infine il 'modello aristotelico' che propone la mimesi quale strada idonea all'allestimento di qualsiasi mostra.

E la storia cosa ci ha mostrato a riguardo? Che modelli espositivi si ricordano tra gli esempi allestitivi in Italia e in Europa?

Noi sappiamo che all'origine dell'esposizione, dunque del museo modernamente inteso, vi era la galleria del principe, modello che è resistito sino agli inizi del '900, quando le Esposizioni Universali, prima fra tutte quella di Parigi del 1925, spazzarono via lo schema espositivo elitario, per far spazio alla democratizzazione del sapere artistico: sotto l'impulso della rivoluzione francese da un lato e sotto le spinte dell'illuminismo dall'altro. E' appena precedente l'apertura del British Museum (1823), oggi tra i musei più visitati al mondo, che fin dalle prime battute si prefigge due scopi: mostrare il bello e perseguire la funzionalità, concetti cari all'Art Decò e a Le Corbusier.

Dunque la bellezza e la funzionalità stringono un sodalizio che, sotto la spinta economica e sociale, e l'emergere della nuova classe dirigente borghese, conducono a nuovi esiti, quali la domanda e la diffusione di arte, la quale esce dal 'sacro tempio' del sapere, per incontrare il mondo, e confrontarsi con il libero commercio. Si innesca una spirale tra domanda e offerta di beni artistici che conduce inevitabilmente alla 'commercializzazione del bene culturale' (Argan G.C., 2002, 133 ss.) e il museo non può più svolgere solo le funzioni classiche a lui deputate, mentre il modello del museo salotto, di stampo ottocentesco, viene sostituito da tipi di musei affatto diversi ma che perseguono tutti il fine della attrazione del pubblico. Il museo diviene, allora più democratico e il pubblico si riappropria, almeno in parte del bene artistico, prodotto di una collettività, secondo una fruizione più aperta e libera.

Dopo l'indagine storica si è tornati a riflettere sui modelli espositivi individuati in letteratura e ci si è chiesto a cosa potessero servire tali modelli, e se fossero applicati concretamente in una qualche istituzione conosciuta. Si è compreso che tali schemi di indagine dovevano essere ricondotti allo sforzo di interpretazione e ricerca di quei pochi che si erano confrontati con il complesso sistema comunicativo, subordinato alla sfera artistica e che dovevano essere intesi più come tracce potenziali, da applicarsi alle curatele e agli allestimenti che non come precisi schemi proto tipici, espressione di una qualche esperienza storica.

Dunque se è stato lavoro arduo individuare le teorie e mettere ordine tra queste e i modelli, presenti nella nostra biblioteca babelica, è pur vero che le teorizzazioni e gli schemi espositivi individuati ci sono venuti in aiuto nel capire la relazione tra l'oggetto artistico e il pubblico, tra l'istituzione che mette in mostra e il curatore dell'allestimento: temi cari alla nostra indagine.

Ritornando a noi, al presente, ci siamo domandati come le tecnologie che investono a 360° la nostra vita, potessero interloquire con l'arte, perché in qualche modo, l'arte essendo prodotto di una collettività, come tutti i prodotti è stata investita nell'ultimo decennio dalle tecnologie informatiche. Castells (2003, 40) asserisce che siamo di fronte alla III rivoluzione digitale, che ha il suo fulcro nel Stati Uniti e che sta investendo o ha già investito tutti i campi del sapere e dell'informazione. Quale tipo di relazione interessa l'arte e le nuove tecnologie? Ecco allora, tra i musei investigati, comparire all'orizzonte il museo di Auschwitz, ove la tecnologia viene adoperata per non dimenticare, ove le logiche consumistiche non trovano il particolare interesse dei curatori, e ove a imporsi è il modello della verità storica mediata dall'informatica.

Stiamo assistendo a un fenomeno dicotomico: da un lato notiamo i molteplici modi del mostrare, le moltiplicate retoriche espositive e dall'altro i pochi studi che si sono concentrati sulla fruizione e sulla comunicazione del bene culturale; da una parte assistiamo al numero dei visitatori museali e delle città d'arte che aumenta ogni giorno e dall'altra all'assoluta assenza di osservatori regionali sulle politiche di fruizione e di consumo dell'arte, o l'assoluta mancanza di centri di ricerca, preposti all'esplorazione nell'ambito della comunicazione artistica. Ci è stato fatto notare che molti studi appartengono agli anni Novanta del novecento, periodo in cui il settore museografico e museologico visse una certa vivacità intellettuale, ricordiamo infatti tra i tanti autori le pubblicazioni di Gillo Dorfles e di Stephen Greenblatt, ma in effetti dopo questo periodo di vitalità culturale, l'attenzione delle istituzioni e delle sovrintendenze, almeno in Italia, si è spostata più sulla tutela e sulla conservazione, indirizzo che ancora oggi prevale, togliendo fondi al settore culturale in genere, ma ancor di più non destinandone affatto a indagini sul pubblico e a studi teorici.

Spinti dalla curiosità siamo andati a vedere se ciò che avevamo trovato in letteratura trovasse dei riscontri nella pratica museale. Ci è parsa un'ottima occasione di investigazione l'analisi dei laboratori didattici, degli atelier museali e delle giornate di studio, a cui abbiamo in più occasioni partecipato. Tra le numerose esperienze condotte, ricordiamo anche quelle presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano e il Museo Poldi Pezzoli, allargando il nostro interesse alle istituzioni che si sforzano di dare forma scritta alle esperienze fatte e a teorizzarle, offrendo un modello di lettura: ci riferiamo alla GAM di Torino e al MART di Trento e Rovereto, al di fuori dei

confini nazionali alla Tate Gallery e al MOMA. È emerso che a parte il caso del MART, ove l'indirizzo è munariano con appendici piagetiane e pariniane, nel caso degli altri musei non si può indicare un unico modello pedagogico o un'unica teoria, a cui ricondurre l'esperienza pratica. Si alternano indicazioni pedagogiche, ispirate ai maggiori teorizzatori, a esigenze concrete del momento perseguendo molto più le istanze pratiche che non i modelli di pensiero. Continuando nella nostra indagine siamo venuti a conoscenza di una unicum a livello europeo, ossia il Centro di Ricerca per i Musei e le Gallerie (**RCMG**) della Leicester University che si occupa da più anni di indagare i comportamenti del pubblico, la comunicazione del bene artistico, e offrire dati, quanto più attendibili, sulle nuove generazioni, ribadiamo tra i molteplici interventi di ricerca gli studi *Articulate* o *Renaissance East of England*. L'**RCMG** svolge sia funzione di osservatorio permanente con pubblicazioni periodiche che centro di ricerca sulle nuove tendenze artistiche e sui comportamenti del pubblico. Possiamo dunque affermare che tra i quattro modelli proposti, su tutti si predilige il modello del museo-scuola, che se vogliamo si situa un po' a cavallo tra i quattro menzionati, e che dà sempre più ampio spazio all'intrattenimento.

Indagata la parte teorica e quella dei modelli, nonché esplorato il territorio dei servizi museali, e in particolare di quelli laboratoriali, abbiamo voluto approfondire l'ambito di ricerca, per verificare se si rintracciassero temi comuni o tendenze in atto.

Seguendo la logica dell'organizzazione dei contenuti, ci è parso opportuno in questa sezione, proporre una breve digressione sugli aspetti normativi della Comunità Europea riguardante l'arte, anche perché ci facilitava l'operazione di individuazione di alcune istanze, che naturalmente emergevano dai diversi territori dei Paesi dell'Unione e che potevano essere oggetto di ulteriori approfondimenti. Si è infatti constatato che alcuni temi vengono reiterati più e più volte:

- l'innovazione;
- la diffusione;
- l'accessibilità;
- la tutela e la conservazione;
- e la creatività, con un particolare interesse verso gli aspetti tecnologici.

Di qui, dunque, ci si è indirizzati a esplorare l'ambito tecnologico, che è poi stato uno degli elementi centrali della nostra ricerca sul campo (cap.5).

Ci si è interrogati sulle funzioni tecnologiche in campo artistico e sul rapporto che le tecnologie intrattengono con l'arte. Si sono, così, individuate tante funzioni applicative quante erano le finalità museali:

- a) produrre arte (es.:Bill Viola);
- b) collezionare, conservare e tutelare (es.:restauro per l'Aquila);
- c) documentare e gestire il patrimonio artistico (es.:software per le biglietterie)
- d) esibire e interpretare, nonché permettere la fruizione dell'arte (es.:visita in ambiente sensibile o in 3D del museo)

I dati ci hanno restituito un'immagine dell'Italia, ricchissima a livello di beni culturali, e tra gli ultimi Paesi in Europa per la spesa culturale: ove i giovani preferiscono andare al cinema anziché al museo, che non è percepito quale alternativa altrettanto valida rispetto alle altre offerte del panorama dell'intrattenimento; ove però il numero dei visitatori delle città d'arte è in crescita, come è in crescita il numero dei visitatori museali. Ove i giovani e i giovanissimi fanno un largo uso di nuove tecnologie ma non spendono altrettanto tempo in intrattenimenti culturali in genere. Si è inoltre notato che la maggior parte degli sforzi della ricerca sui beni culturali è indirizzata alle funzioni classiche del museo, ossia alla tutela e alla conservazione, mentre esplorando i programmi di ricerca finanziati dalla Comunità Europea non emerge che qualche tentativo di studio sulla fruizione e sulla promozione del bene artistico, mediato dalle nuove tecnologie.

Dall'indagine sin qui condotta sono affiorate alcune criticità sulle quali occorre lavorare:

- l'esigenza di avviare iniziative sperimentali nel settore tecnologico – artistico per rendere competitiva l'Italia rispetto agli altri Paesi dell'Unione;
- recuperare il rapporto con le imprese private da parte delle istituzioni pubbliche, poiché in alcuni casi possono rappresentare una possibilità di rilancio economico nonché un aiuto concreto per confrontarsi con il mercato;



- coniugare gli sforzi della ricerca universitaria con gli obiettivi di mercato delle imprese italiane che operano nel settore dei beni culturali e del ICT;
- facilitare lo scambio di conoscenza tra pubblico e privato che operano nel settore per innovare con le tecnologie;
- promuovere il dialogo tra le università, i centri di ricerca, e le imprese per perseguire oltreché scopi di 'vendita' anche di istruzione ed educazione informale, che trovano nell'istituzione museale un ambiente favorevole all'apprendimento.
- È risultata chiara inoltre l'esigenza di tornare a indagare e sperimentare nell'ambito della fruizione, anche mettendo a punto nuovi strumenti di attrattività, per svecchiare l'idea che il museo sia un luogo del 'ricordo' polveroso e dimenticato, per proporre un'alternativa alle offerte di intrattenimento classiche, e magari avviare anche un programma di fidelizzazione del pubblico.

Inizia qui la nostra sperimentazione pratica, che ci ha visto particolarmente operosi già nel 2008, con una prototipazione per la fruizione artistica della Basilica di Sant'Ambrogio. Ciò che ha contraddistinto il nostro sforzo non è stato tanto legato agli aspetti informatici, che non ci competono, e per i quali abbiamo trovato valido aiuto presso il laboratorio Nomadis, quanto a quelli contenutistici.

È stato cruciale decidere di applicare al nostro prototipo la metodologia dei 'learning object', che pareva quella più idonea per perseguire le finalità della nostra ricerca nella sua fase d'inizio (FASE 1 – M-ART), ossia:

- l'innovatività della relazione tra tecnologia e arte;
- la creatività del formato dei contenuti rispetto alle guide classiche;
- l'inaugurazione di un modello di relazione rinnovato con la sfera del pubblico;
- la rigenerata promozione artistica di un sito millenario;
- la facile fruibilità ed esplorabilità dei contenuti artistici,

- nonché in ultimo la stimolazione alla libera scoperta del percorso d'arte.

La scelta è stata positiva, poiché gradita dal campione intervistato, a tal punto che qualcuno ha lamentato la scarsità quantitativa dei 'learning object', nonostante la sola navigazione del percorso esterno alla Basilica durasse all'incirca 40 minuti.

Per comprendere più a fondo le motivazioni alla visita, i comportamenti fruitivi sottesi al bene artistico e il gradimento tecnologico, nonché ricomporre il mosaico delle nostre conoscenze e costruire un'idea generale sui musei e il pubblico, si è proceduto alla seconda fase empirica (FASE 2 – Questionario) dalla quale sono emerse alcune indicazioni di carattere generale, dalle quali abbiamo selezionato i risultati più significativi, riguardo l'età, il sesso, la scuola frequentata, poi distinte in un campione di controllo per l'approfondimento dei dati anagrafici sugli intervistati fuori da due istituzioni museali milanesi in due occasioni distinte, una mostra temporanea e una permanente, ovvero il Museo Poldi Pezzoli e Palazzo Reale. Sono affiorati tre stili di consumo: emotivo - ingenuo; indagatore-riflessivo; e intellettuale che ci hanno permesso di indagare sulla preferenza per le mostre permanenti o temporanee, per i tipi di guide, per i comportamenti fruitivi, e per le impressioni positive o negative provate al museo, enfatizzando alcuni aspetti emozionali. Suddividendo il campione in base alla tendenza all'uso delle nuove tecnologie i due sottogruppi: gli high-tech e i low-tech, abbiamo potuto indagare a fondo alcuni comportamenti, individuati nella prima fase (M-ART), come la disponibilità di tecnologie, l'agevolazione alla visita, lo stimolo alla conoscenza, lo stimolo all'apprendimento artistico e la presenza di servizi di mobile learning presso i musei, indicati dagli intervistati. Le risposte hanno confermato un giudizio positivo nei confronti delle tecnologie per lo studio e l'apprendimento artistico, come per la disponibilità al pubblico e la presenza di 'laboratori tecnologici'. Sono allora stati individuati 3 comportamenti tipici nei confronti delle nuove tecnologie:

- 1) entusiasti;
- 2) possibilisti;
- 3) refrattari,

che hanno a loro volta evidenziato alcuni trend comportamentali, dove i 'refrattari' sono i più scontenti sulla disponibilità e sullo stimolo all'approfondimento, e dove i

‘possibilisti’ sono più scontenti sulla presenza di laboratori e di servizi di mobile learning, mentre gli ‘entusiasti’ in tutti e quattro i casi sono comunque abbastanza soddisfatti.

Ci siamo poi concentrati a esplorare l’utilizzo delle guide rispetto ai 3 stili di consumo identificati, e anche in questo caso si sono confermate alcune ipotesi, infatti chi utilizza l’audioguida rimane più ancorato al percorso proposto, mentre chi utilizza le guide cartacee ama andare avanti e indietro, ovviamente nei limiti di libera fruibilità che una guida cartacea pone, se non fosse solo per la sua struttura in pagine.

Andando ancora più in profondità ci pareva interessante indagare i comportamenti tecnologici (entusiasti, possibilisti e refrattari) sull’uso delle guide, per confrontarli ai dati appena ottenuti, e abbiamo scoperto che gli entusiasti amano di più sia il mezzo tecnologico, come la visita guidata.

Terminata questa fase si è ritenuto opportuno procedere con il focus group (FASE 3) per indagare le motivazioni, le emozioni e la dimensione sociale che non erano ben emerse nella estrapolazione dei risultati del questionario, più orientato a indagare stili di consumo, tipi di guide e utilizzo delle tecnologie.

Infatti è risultato evidente che ‘chiarezza e la bellezza’ sono attributi determinanti e ricercati nel museo; come alla base della motivazione abbia un suo peso, oltre che la fama dell’artista e la bellezza del luogo entro cui il museo è ubicato, anche la dimensione economica. Il museo non si pone alla pari di altre attrattive dell’intrattenimento e la dimensione sociale, che quindi un’ istituzione museale può stimolare, non pare distaccarsi dai ruoli più classici che essa stessa evoca, ossia luogo di raccoglimento e riflessione, in cui la confusione o la cattiva organizzazione possono incidere sul gradimento della fruizione; luogo anche di apprendimento ma non tanto di socializzazione. Si rileva inoltre una tendenza alla richiesta di ‘servizi tecnologici evoluti’ che possono esercitare fascino a attrarre maggiori fette di pubblico.

## 7 BIBLIOGRAFIA

- Albanese O., *Educare alle emozioni con le arti terapie o le tecniche espressive*, RICERCHE, Edizioni Junior, Azzano San Paolo (BG), 2008 (pagg.293-300; 431-438)
- Albini M., Baldrighi L. (a cura di), *I musei lombardi. Le prospettive, i progetti, la sicurezza*, Edizioni Lybra Immagine, Milano, 2000.
- Alpers S., *Art of description: science and painting in XVI century in Holland*, (trad. it. *Arte del descrivere: scienza e pittura nel seicento olandese*, Einaudi, Torino, 1984.)???
- Appiano A., *Dentro l'Arte. Indagini sulla pittura*, Edizioni Ananke, Torino, 2004
- Argan G.C., Bonito A.O., *L'arte Moderna 1770-1970. L'arte oltre il duemila*, Edizioni Sansoni, Milano, 2002.
- Argenton Alberto *Arte e Cognizione, Introduzione alla psicologia dell'arte*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 1996.
- Aristotele, *Poetica*, coll. *Classici greci e latini*, Edizioni Mondadori, (VI ed.) Milano, 2004.
- Argan G.C., Bonito O. A. *L'Arte oltre il Duemila ,L'Arte Moderna 1770-1970*, Sansoni, Milano, 2002.
- Argenton A., *Arte e cognizione. Introduzione alla psicologia dell'arte*, Raffaello Cortina Editore, coll. di psicologia, (V ed.), Milano 2000.
- Arnheim R., *Art and visual perception: a psychology of the creative eye*, California University Press, (trad. it. *Arte e percezione visiva*, coll. *Campi del sapere*, Edizioni Feltrinelli, XVI ed., Milano, 2001).
- Barbaro F., *Il museo insegna. L'esperienza didattica alla GAM*, Edizioni GAM, Torino, 2002.
- Bacci M., *Investimenti per l'aldilà. Arte e raccomandazione dell'anima nel medioevo*, Edizioni Laterza, Roma, 2003.
- Bagdali S., *Il museo come azienda, Management e organizzazione al servizio della cultura*, Edizioni Etas, (II ed.), Milano, 2000.
- Baj E. (a cura di), *Discorso sull'orrore dell'arte*, Edizioni Elèuthera, Milano, 2002.
- Ball P., *Bright Earth: Art and Invention of Color*, University of Chicago Press, Chicago, 2003.
- Barbaro F. (a cura di) *Il museo insegna, l'esperienza didattica alla GAM*, Edizioni GAM, Torino, 2002.
- Barilli R., *Culturologia e fenomenologia degli stili*, Il Mulino, Bologna, 1982.
- Barilli R., *L'arte contemporanea*, Feltrinelli, Milano, 2005.
- Barilli R., *Storia dell'arte contemporanea in Italia*, Bollati Boringhieri, Torino, 2007.
- Baxandall M., *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy*, Oxford University Press, Oxford, (trad. it. *Pittura ed esperienze so-*

- ciali nell'Italia del quattrocento*, coll. Arte. Architettura. Teatro. Cinema. Musica, Edizioni Einaudi, Torino, 2001).
- Baxandall M., *Patterns of Intention: On the Historical Explanation Of Picture*, Yale University Press, Hardcover, 1987.
- Baxandall M., *Giotto and Orators: Humanist Observers Of Painting in Italy And the Discovery of Pictorial Composition*, Oxford University Press, 1986.
- Becker H., *Art Worlds*, University of California Press, Berkeley, 1982.
- Benjamin W., *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt, 1955, (trad. It. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*, coll. Arte. Architettura. Teatro. Cinema. Musica, Edizioni Einaudi, VI ed., Torino, 2000).
- Bodo S. (a cura di), *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, Edizioni Fondazione Giovanni Agnelli, (nuova ed.) Torino, 2003.
- Bollo A., (a cura di) *I pubblici dei musei, Conoscenza e politiche*, Franco Angeli, Milano, 2008.
- Boyer M., Viallon P., *La communication touristique*, Presses Universitaires de France, Paris, (trad. It. *La comunicazione turistica*, Edizioni Armando, Roma, 2000).
- Bordieu P., *La distinction*, Les édition de minuit, Paris (trad.it. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983).
- Bruner J., *La cultura dell'educazione*, Feltrinelli, Milano 2002.
- Calabrese O., *Il linguaggio dell'arte*, Edizioni Bompiani, (VI ed.), Milano, 1989.
- Calvani A., *Multimedialità nella scuola. Perché e come introdurre le nuove tecnologie nell'educazione*, Garamond, Roma, 1996.
- Cassirer E., *La filosofia delle forma simboliche*, (I) Il Linguaggio, Sansoni, Milano, 2004.
- Cassirer E., *Filosofia delle forme simboliche*, (II) Il pensiero Mitico, La Nuova Italia, Scandicci (Firenze), 1999.
- Cassirer E., *Filosofia delle forme simboliche*, (3,1) Fenomenologia della conoscenza, La Nuova Italia, Scandicci (Firenze), 2002.
- Cassirer E., *Filosofia delle forme simboliche*, (3,2) Fenomenologia della conoscenza, La Nuova Italia, Scandicci (Firenze), 2002.
- Castells M., *The Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. III, End of Millennium, Blackwell Publisher, Malden, 2000.
- Chelli M., *Manuale per leggere un'opera d'arte. Guida per l'analisi e la comprensione della pittura*, Edizioni EDUP, Roma, 2002.
- Chmielewska-Szlajfer H., *The Plastic Pal and Memories in the Making: conceptual Art Work on Warsaw's Jerusalem Avenue*, 28 Luglio 2010, *International Journal of Politics, Culture and Society*, vol.23, n.4, 201-211, 28 Luglio 2010, <http://www.springerlink.com/content/03768w2vt520v818/>
- Cirese A.M., *Oggetti, segni, musei sulle tradizioni contadine*, coll. Scienze Sociali, Edizioni Einaudi, Torino, 2002.
- Clunas C., *China in Britain in Colonialism and the object*, empire, mate-

- rial culture and the museum (edited by Barringer T., Flynn T.) Routledge London and New York, <http://cerisia.cerosia.org/articles/Clunasmuseum001.pdf>
- Costantino, T., Articulating Aesthetic Understanding Through Making, in *International Journal of Education & the Art*, vol.8, n° 1, University of Illinois at Urbana-Champaign, 2007, <http://www.ijea.org/v8n1/index.html>
- Daniotti C., Museo Archeologico di Venezia: un'ipotesi di web\_esposizione, *La Rivista di Engramma*, n.33, maggio 2004, [http://www.egramma.it/egramma\\_v4/homepage/33/link/daniotti.html](http://www.egramma.it/egramma_v4/homepage/33/link/daniotti.html)
- Daolio A., *Arte, città, armonia. Saggi di sociologia dell'arte*, Franco Angeli, Milano, 1997.
- De Carli C., (a cura di) "Education through art", *I musei di arte contemporanea e i servizi educativi tra storia e progetto*, Mazzotta, Milano, 2003.
- De Socio P, Piva C., *Il Museo come scuola. Didattica e patrimonio culturale*, Carocci, Roma, 2005.
- De Kerckhove D., L'architettura dell'intelligenza in *Universale dell'Architettura*, n. 101, Torino, 2001.
- De Lillo A., (a cura di) Didattica e Tecnologie, insegnanti e nuove tecnologie: un rapporto che cambia? in *Rapporto dell'Osservatorio AIE sull'editoria digitale 2004*, <http://www.aie.it>.
- Demartis L., L'estetica simbolica di Susanne Katherina Langer, *Centro Internazionale Studi Estetica, Aesthetica Preprint*, Palermo, 2004.
- DeNora T., *Beethoven and Construction of Genius. Musical Politics in Vienna, 1792-1803*, University of California Press, Berkley.
- Dewey J., *Art an Experience*, Minton, Balen Co, New York, 1934.
- Dierking L., Learning Theory and Learning Styles: an overview, *Journal of Museum Education*, vol.16, n° 1, 1991.
- DiMaggio P., *Cultural Boundaries and Structural Change: The extention of the Hige Culture Model to Theatre, Opera and Dance*, in Lamont, Fournier (eds.) (1992), pp. 21-57.
- Di Nicola P., Rosati S., (a cura di) Speciale e-learning. Le vie intangibili della formazione, <http://www.rassegna.it/speciali/gennaio-giungo/e-learning/prima.htm>.
- Dodd J., Ceri J., An Evaluation of the process and impact of ARTICULATE phase2 the National Gallery's Secondary School Literacy project 2008-2009, RCMG University of Leicester, Leicester, 2009, [http://www.le.ac.uk/ms/research/Reports/Articulate\\_report.pdf](http://www.le.ac.uk/ms/research/Reports/Articulate_report.pdf)
- Dorfles G., *Le oscillazioni del gusto. L'arte d'oggi tra tecnocrazia e consumismo*, Edizioni Skira, Milano, 2004.
- Dressler W., *Einführung in die Textlinguistik*, Tübingen (trad.it. *Introduzione alla linguistica del testo*, Officina Edizioni, Roma,

- 1973).
- Eco U., *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, tascabili Bompiani, (VI ed.), Milano, 2004
- Eco U., *Trattato di Semiotica Generale*, Bompiani, Milano, 1975.
- Eco U., *Lector in fabula*, Edizioni Bompiani, Milano, 1979.
- Eco U., *I limiti dell'interpretazione*, Edizioni Bompiani, Milano, 1990.
- Ferrari S., *La psicologia del ritratto nell'arte e nella letteratura*, Biblioteca di Cultura Moderna, Edizioni Laterza, (III ed.), Roma, 1999.
- Ferri P., *E-LEARNING, Didattica, comunicazione e tecnologie digitali*, Le Monnier Università, Firenze, 2005.
- Fiorani E., *Grammatica della comunicazione*, Edizioni Lupetti, Milano, 1998.
- Fiorillo M.T., (a cura di), *Educare all'arte contemporanea, L'esperienza del Mart*, Skira, Ginevra – Milano, 2001.
- Fiorillo M.T., Laboratorio Immagine e Arte, *Educazine all'immagine su punto, linea, colore, segno colorato*, I vol, Erickson, Gardolo, 2001.
- Fiorio M.T. (a cura di), *Il museo del Novecento del comune di Milano al Palazzo della Permanente*, Milano, 2000.
- Fiske E., *Champions of change: The Impact of the Arts on Learning*, President's Committee on the Arts and the Humanities, Washington, 1999, <http://www.aep-arts.org/files/publications/ChampsReport.pdf>
- Forte M., Franzoni M., Il museo virtuale: comunicazione e metafore, *Sistemi Intelligenti*, X, n.2, 1998
- Freedberg D, Vallese V., Motion, emotion and empathy in aesthetic experience, *TRENDS in Cognitive Science*, Elsevier, vol.11, n° 5, [http://www.italianacademy.columbia.edu/art\\_and\\_neuro/paper\\_sp07\\_FreedbergGallese.pdf](http://www.italianacademy.columbia.edu/art_and_neuro/paper_sp07_FreedbergGallese.pdf)
- Gabrielli C. (a cura di), *Apprendere con il museo*, Franco Angeli (IV ed.), Milano, 2004.
- Galimberti C., *Analisi della conversazione e studio dell'interazione psicologica*, in Galimberti C. (a cura di), *La Conversazione*, Guerini, Milano, 1992.
- Gallagher C., Greenblatt S, *Practicing New Historicism*, University of Chicago Press, Chicago, 2000.
- Gasparini B., Cittadini N., *Navigare nelle città d'arte. Comunicazione online e turismo nelle città d'arte in Toscana, Campania, Sicilia*, Edizioni Franco Angeli, Milano, 2003.
- Gavazzoli M. L. T., *Manuale di Museologia*, ETAS, Milano, 2003.
- Giacomantonio M., *Learnig Object, Progettazione dei contenuti didattici per l'e-learning*, Carocci, Roma, 2007.
- Goodman N., *Languages of art*, Bobbs - Merrill, (trad. it. *I linguaggi dell'arte. L'esperienza estetica: rappresentazioni e simboli*, Edizioni EST, Milano, 1998).
- Gombrich E.H., *The Uses of Images. Studies in the Social Function of Art and*

- Visual Communication*, Phaidon Press, London, (trad. it *L'uso delle immagini. Studi sulla funzione sociale dell'arte e sulla comunicazione visiva*, Edizioni Leonardo Arte, Milano, 1999).
- Gombrich E.H., *Sentieri verso l'arte*, Edizioni Leonardo Arte, Milano, 2003.
- Gombrich E.H., *Arte e illusione. Studio sulla psicologia della rappresentazione pittorica*, Edizioni Leonardo Arte, Milano, 2003.
- Gombrich E.H., *The Story of Art*, Phaidon Press Limited, 1995, London.
- Granata P., *Arte in rete. La guida dell'arte su Internet. Cercare visitare conoscere studiare acquistare discutere di @rte*, Edizioni Lupetti, Milano 2001.
- Granelli A., Tracò F., (a cura di ) *Innovazione e cultura*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2006.
- Greenblatt S., *Risonanza e meraviglia*, in Karp I., e Lavine S. D., *Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display*, Smithsonian Institution, Washington and London, (trad. it. *Poetiche e politiche dell'allestimento museale*, Edizioni CLUEB, Lexis – “Museo Poli”, Bologna, 1995)
- Guarini F., *Il Museo che sorprende alcuni esempi dall'esperienza del Museo del Tessuto di Prato*, in Quaderni di Didattica Museale, Gennaro E. (a cura di), *Il Museo che Sorprende*, Provincia di Ravenna, n° 9, 2007, [http://www.sistemamusei.ra.it/main/index.php?id\\_pag=32&op=lrs&id\\_inf\\_doc=51](http://www.sistemamusei.ra.it/main/index.php?id_pag=32&op=lrs&id_inf_doc=51)
- Guerzoni G., *Le mostre*, in *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000*, (a cura di) Bodo C. e Spada C., IL Mulino, Bologna, 2004.
- Hamon P., *Expositions. Littérature et architecture au XIXème siècle*, Librairie José Corti, Paris, (trad.it. *Letteratura e architettura nel XIX secolo*, Edizioni CLUEB, Lexis – “Museo Poli”, Bologna, 1995).
- Hauser A., *Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*, C.H. Beck, München, (trad. it. *Storia sociale dell'arte, vol. I, Preistoria, Antichità, Medioevo*, Edizioni Einaudi, (XXVII ed.) Torino, 2000.
- Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*, C.H. Beck, München, (trad. it. *Storia sociale dell'arte, vol. II, Rinascimento, Manierismo, Barocco*, Edizioni Einaudi, (XXVII ed.) Torino, 2000.
- Hauser A., *Le teorie dell'arte. Tendenze e metodi della critica moderna*, Piccola Biblioteca Einaudi, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2001.
- Hendler J., *Agents and the semantic web*, University of Maryland, IEEE Intelligent System, 2001, Los Vaqueros Circle, <http://icc.mpei.ru/documents/00000828.pdf>.
- Hoppe, H.U., Sharples, M, e al. *Guest editorial: wireless and mobile technologies in education. Journal of Computer Assisted Learning*, n.19, 255 –



- 259, 2003.
- Hooper Greenhill E., *Museum and the interpretation of visual culture*, Routledge, London, 2000,  
<http://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=j7EOAAAAQAAJ&oi=fnd&pg=PR7&ots=XASjns00ED&sig=Yw0rKdI7KAJnJegO7mDYgwBEDHM#v=onepage&q&f=false>
- Hooper Greenhill E., *Museum and the shaping knowledge*, Routledge, London, 1992,  
<http://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=-MEu-Fab7hi4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=related:XlBsMz5ygz0J:scholar.google.com/&ots=mMHHutnJYN&sig=QPnctQVxK6WZPL9y-xFUKWov5o#v=onepage&q&f=false>
- Hooper Greenhill E., *The educational ruole of museum*, Routledge, London, 1994,  
<http://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=tEeUKBgQQzkC&oi=fnd&pg=PP9&dq=related:XlBsMz5ygz0J:scholar.google.com/&ots=65vHfGv1R5&sig=MvHS5lqt-fXKHSOHXgfOHagoM2w#v=onepage&q&f=false>
- Jaboson R., *Essais de linguistique gènèrale*, Minuit, Paris (trad. it. Saggi di linguistica generale, Feltrinelli, Milano, 1966).
- Jacobson R., *Lo sviluppo della semiotica*, Bompiani, Milano, 1978.
- Jeffers C., *On Empathy: The Mirror Neuron System and Art Education*, in *International Journal of Education & the Art*, vol.10, n° 15, California State University, U.S.A, 2009,  
<http://www.ijea.org/v8n1/index.html> .
- Karp I, Lavine S.D., *Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display*, Smithsonian Institution, Washington and London, (trad. it. *Poetiche e politiche dell'allestimento museale*, Edizioni CLUEB, Lexis – “Museo Poli”, Bologna, 1995).
- Kellog R. *Analyzing children's art*, Mountain View, California, 1969.
- Kermode F., *Forms of attention*, Chicago University Press, Chicago, (trad.it. *Forme d'attenzione. La fortuna delle opere d'arte*, Il Mulino, Bologna, 1989).
- Landow G.P., *Hypetrxt 2.0*, The John Hopkins University Press, Baltimore, 1997.
- Langer S.K., *Philosophy in a new key*, Cambridge University Press, 1941.
- Langer S.K., *Feeling and Form, A theory of art*, Charles Scribner's Sons, New York 1953.
- Langer S.K., *Problemi dell'arte*, Il saggiaiore, Dieci conferenze filosofiche, Milano, 1962.
- Langer S.K., *Filosofia in una nuova chiave*, Linguaggio, mito, rito e arte, Armando Editore, Roma, 1972.
- Lariani E., (a cura di), *Museo sensibile. Suono e ipertesto negli allestimenti*, Edizioni Franco Angeli, serie di architettura, (III ed.), Milano, 2004.
- Laurillard D., *Rethinking University Teaching: A Framework for the Effective Use of Learning Technologies*, Routledge, London, 2001.
- Liston D., (a cura di) *Museum security and protection. A handbook for*

- cultural heritage institutions*, ICOM, Routledge, London (trad. it. a cura di Teruzzi C., *Manuale per la sicurezza nei musei*, ICOM, Edizioni Etas, Milano, 2003).
- Maniaci K.,  
Chandler-Olcott K., “Still Building that idea”: Preservice Art Educators’ Perspectives on Integrating Literacy Across The Curriculum, in *International Journal of Education & the Art*, vol.11, n.4, 6 Feb, 2010, <http://www.ijea.org/v11n4/>
- Maresu G., *Il sistema dei congressi e degli eventi aggregativi*, coll. turismi e turismi, Edizioni Hoepli, (IV ed.), Milano, 2002.
- Markoff J. If the medium is the message, the message is the web, *The New Times*, 20 Nov. 1995.
- Massa R., (a cura di) *Clinica della formazione*, Franco Angeli, Milano, 1991.
- McQuail D., Windahl S., *Communication models for study of mass communication*, Longman, London, New York, ,1993, pagg.58-61.
- Menegazzi C., Silvestri I. (a cura di) *Atti del Convegno*, Ferrara Fiere 27 marzo 1999, La conservazione preventiva delle raccolte museali, Kermes quaderni, Nardini Editore, Firenze 2003.
- Morris C., *Foundations of the theory of signs*, Chicago, Encyclopedia of Unified Sciences (trad.it. Lineamenti di una teoria dei segni, Paravia, Torino,1954)
- Morris C., *Signification and Significance*. A study of the relations of signs and values, MIT Press, Cambridge, 1964.
- Morris C., *Aesthetic and Theory of Signs*, *Journal of Unified Science*, 8, 1939.
- Morris C., *Science, Art and Tehnology*, *Kenyon Review*, 1, 1939.
- Munari B., *Design e comunicazione visiva*, Edizioni Laterza, (VIII ed.)Roma, 2004.
- Munari B., *Fantasia*, Edizioni Laterza, (XIV ed.), Roma, 2003
- Mukařovskỳ J. *Estetická funkce, norma a hodnota jako sociální fakty*, Odeon, Praha, (trad.it. *La funzione, la norma e il valore estetico come fatti sociali. Semiologia e sociologia dell’arte*, Edizioni Einaudi, Torino, 1971.
- Mukařovskỳ J. Il significato dell’estetica, Einaudi, Torino, 1973.
- Naismith, L., Lonsdale, P.,  
Vavoula, G. & Sharples, M. Litterature review in mobile technologies and learning. *Nesta Futurelab Series*, n.11, Birmingham, NESTA, 2005.
- Nardi E., (a cura di) *Imparare al museo, percorsi di didattica museale*, Tecnodid, Napoli, 1996.
- Nardi E., *Musei e pubblico. Un rapporto educativo*, Franco Angeli, Milano, 2004.
- Negroponte N., *Being Digital*, Vintage Press, New York, 1995.
- Panofsky E., *Studies in Iconology*, Oxford University Press, New York, (trad. it. *Studi di iconologia. I temi umanistici nell’arte del Rinascimento*, Edizioni Einaudi, Torino, 1999).
- Panofky E., *Meaning in the visual arts*, Garden City, Gloucester, 1957, (trad.it. *Il significato delle arti visive*, Einaudi, Torino, 1999.

- Panzeri P., *Didattica Museale in Italia. Rassegna Bibliografica*, Palombi Editori, Roma, (parte prima) 1990; (parte seconda) 1992.
- Panzeri P., *Rassegna bibliografica sulla didattica. Didattica del Museo e del Territorio: 1991-1995*, Palombi Editori, Roma, 2010.
- Papert S., *Logo, Philosophy and Implementation*, Logo Computer System Inc., Canada, 1999, <http://www.microworlds.com/company/philosophy.pdf>.
- Papert S., *Mindstorm: children computers and powerful ideas*, Basic Books, New York, 1980.
- Parmesani L., *L'Arte del secolo. Movimenti, teorie, scuole e tendenze 1900-2000*, Edizioni Skira, Milano, 1999.
- Pasini G., *Tecnica digitale: una nuova estetica per i Beni Culturali*, *La rivista di Engramma*, n.33, maggio 2004, [http://www.egramma.it/egramma\\_v4/homepage/33/link/pasini.html](http://www.egramma.it/egramma_v4/homepage/33/link/pasini.html)
- Pecchenino M., *Organizzare gli eventi. Come gestire convegni, manifestazioni, feste per la comunicazione d'impresa*, Edizioni Il Sole 24 ORE, Milano, 2002.
- Peterson R.A., Simkus A., *How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups*, in Lamont, Fournier (eds.), 1992, pp.152-86.
- Piaget J., *Dove va l'educazione*, Armando editore, Roma, 1975
- Piaget J., Inhelder B., *La representation de l'esapace chez l'enfant*, Paris, 1948 (trad.it. *La rappresentazione dello spazio nel bambino*, Guido Petter, Giunti Barbera, Firenze, 1976).
- Polano S., *Mostrare. L'allestimento in Italia dagli anni Venti agli anni Ottanta*, Collana di architettura e design, Edizioni Lybra Immagine, Milano, 2000.
- Prensky, M., *What Can You Learn from a Cell Phone? Almost Anything!*[http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-What\\_Can\\_You\\_Learn\\_From\\_a\\_Cell\\_Phone-FINAL.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-What_Can_You_Learn_From_a_Cell_Phone-FINAL.pdf), 2004.
- Read H., *Education through art*, Pantheon Books, New York, 1949.
- Rifkin J., *The Age of Access: the New Culture of Hypercapitalism. Where All of Life Is a Paid-for-Experience*, Tarcher-Putnam, New York, 2000.
- Ripa C., *Iconologia*, 1593, <http://iconologia.archivi.info/>
- Rossi – Landi, F., *Semiotica e ideologia*, Bompiani, Milano, 1972.
- Ruggeri Tricoli M.C., *I fantasmi e le cose. La messa in scena della storia nella comunicazione museale*, coll. Architettura e Design, Edizioni Lybra Immagine, Milano, 2000.
- Ryan K., (a cura di) *New Historicism and Cultural Materialism. A Reader*, London-New York, Sydney, Arnold, 1996.
- Schneider M., *Pietre che cantano. Studi sul ritmo di tre chiostri catalani di stile romanico*, Edizioni Guanda, Milano, 2005.
- Serota N., *Esperienza o interpretazione. Il dilemma del museo d'arte moderna*, Edizioni Kappa, Roma, 2002.
- Sicca L.M., *Organizzare l'arte*, Edizioni Etas, Milano, 2000.
- Sharples, M., Taylor, J.,

- Vavoula, G., Towards a theory of mobile learning. mLearn, 4th World conference on mLearning. Cape Town, South Africa, 25-28 October 2005. <http://www.mlearn.org.za/papers-full.html>.
- Shannon C., Weaver W., *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana, 1949.
- Shepherd, M. M is for Maybe. Tactix: Training and communication technology in context, <http://www.fastrak-consulting.co.uk/tactix/features/mlearning.htm>, 2001
- Solima L, *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Gangemi, Roma, 2000.
- Steinberger, C. *Wireless meets Wireline e-Learning*. 14th World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia, 2002.
- Swartz D., Zolberg V., (edited by), *After Bourdieu*, Kluwer Academic Publisher, Dordrecht, The Netherlands, 2004, pagg.105-165, [http://books.google.it/books?id=mvzbzHFJFIQC&pg=PA25&lpg=PA25&dq=Zolberg++vera+paper&source=bl&ots=PL9agey-xq&sig=9XWi8QQQ2kuhGK8VCS2xRK0fbwA&hl=it&ei=DSz9TLmQJMGA4Qa4otWkBw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CBcQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.it/books?id=mvzbzHFJFIQC&pg=PA25&lpg=PA25&dq=Zolberg++vera+paper&source=bl&ots=PL9agey-xq&sig=9XWi8QQQ2kuhGK8VCS2xRK0fbwA&hl=it&ei=DSz9TLmQJMGA4Qa4otWkBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CBcQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)
- Tomea Gavazzoli M.L., *Manuale di museologia*, Edizioni Etas, Milano, 2003.
- Tota A.L., *Sociologie dell'arte. Dal museo tradizionale all'arte multimediale*, Edizioni Carocci, Roma, 2002.
- Vasari G., *La vite de' più eccellenti architetti, pittori, et scultori italiani, da Cimabue, insino a' tempi nostri*, voll. I-II, Edizioni Einaudi (XI ed. a cura di Tormentino Lorenzo), Torino, 2003
- Vittoria M, Clarelli M., *Che cos'è un museo*, Carocci, Roma, 2005.
- Vogel S., *Sempre fedeli all'oggetto, a modo nostro*, in Politiche e politiche dell'allestimento museale, Clueb, Bologna, 1995.
- Watson S., Dodd J., Ceri J., *Engage, Learn, Achieve, The impact of museum visitor the attainment of secondary pupils in the East of England 2006-2007*, RCMG University of Leicester, Leicester, 2007, <http://www.le.ac.uk/ms/research/Reports/EOE.pdf>.
- Wenger E.C., *Community of Practice, Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University Press, Cambridge, 1998.
- Zani B., e al. *La Comunicazione, Modelli teorici e contesti sociali*, Carocci, Roma, 2000.
- Zecchi S., *Capire l'arte. Come riconoscerla perché amarla*, Oscar Mondatori, Milano, 2000.
- Zecchi S., *L'artista armato. Contro i crimini della modernità*, Oscar Mondatori, Milano, 1999.
- Zerbin L., (a cura di) *La didattica Museale*, Aracne, Roma, 2006.
- Zerby L.K., A Reconsideration of the Role of Theory in Aesthetic. A reply to Morris Weitz, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol.16, n.2, 1957, Blackwell Publisher, <http://www.jstor.org/stable/420674>

- Zeri F., *Dietro l'immagine. Conversazioni sull'arte di leggere l'arte*, Edizioni TEA, (II ed.), Milano, 2001.
- Zolberg V., *Constructing a Sociology of the Arts*, Cambridge University Press, Cambridge 1997.
- Zucchi V., in Francucci C., Vassalli P., (a cura di ) *Educare all'arte*, Electa, Milano, pag. 56, 2007.

## Sitografia

- <http://www.culturalstudies.it/dizionario/pdf/neostoricismo.pdf>
- <http://www.bta.it/txt/a0/01/bta00177.html>
- <http://www.bollettinodarte.beniculturali.it/opencms/export/BollettinoArteIt/index.html>
- [http://archivio.pubblica.istruzione.it/didattica\\_musealnew/allegati/origini.pdf](http://archivio.pubblica.istruzione.it/didattica_musealnew/allegati/origini.pdf)
- <http://www.britishmuseum.org/pdf/Michelangelo%20Formative%20Report%20web%2006-09-2010.pdf>
- <http://museidigitali.wordpress.com/2009/04/24/smarthistoryorg-web-collaborativo-e-storia-dell%e2%80%99arte/>
- <http://www.tate.org.uk/>
- <http://www.ijea.org/search.html>
- <http://eric.ed.gov>
- <http://moma.org/learn/index>
- [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-77-07-296/EN/KS-77-07-296-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-77-07-296/EN/KS-77-07-296-EN.PDF)
- [http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non\\_calendario/2009022700/testointegrale20090227.pdf](http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/2009022700/testointegrale20090227.pdf)
- <http://www.studioazzurro.com/>
- [http://www.museonazionaledelcinema.it/vertical\\_dreams/index.php](http://www.museonazionaledelcinema.it/vertical_dreams/index.php)
- [http://www.civita.it/servizio/sala\\_stampa/beni\\_culturali\\_in\\_rete\\_social\\_networking\\_mondi\\_virtuali\\_e\\_nuove\\_modalita\\_di\\_apprendimento](http://www.civita.it/servizio/sala_stampa/beni_culturali_in_rete_social_networking_mondi_virtuali_e_nuove_modalita_di_apprendimento)
- <http://www.beyondspaceandtime.org/FCBSTWeb/web/index.html#link>
- [http://www.coe.int/T/E/Cultural\\_Co-operation/Heritage/Heritage\\_education/default.asp](http://www.coe.int/T/E/Cultural_Co-operation/Heritage/Heritage_education/default.asp),  
Council of Europe, Heritage Education
- [www.english-heritage.org.uk/education](http://www.english-heritage.org.uk/education), English Heritage

[www.24hourmuseum.org.uk/etc/teah/teahindex\\_gfx\\_en.htm](http://www.24hourmuseum.org.uk/etc/teah/teahindex_gfx_en.htm), English Heritage for Teachers

[www.inspiringlearningforall.gov.uk](http://www.inspiringlearningforall.gov.uk)

<http://whc.unesco.org/pg.cfm> UNESCO World Heritage

<http://whc.unesco.org/education/> , UNESCO for Young Hands

<http://histpres.mtsu.edu/then/>

[http://www.heritagebc.ca/kids/kit\\_intro.htm](http://www.heritagebc.ca/kids/kit_intro.htm) Heritage for Kids

## **ALLEGATI**

## 8 APPENDICE 1 – GLI STRUMENTI DI INDAGINE

### (A1) Università di Milano-Bicocca Laboratorio Nomadis

Gentile Partecipante,

questo questionario fa parte di una ricerca sugli effetti dell'uso delle nuove tecnologie in esperienze di fruizione di beni culturali.

Ovviamente non ci sono risposte giuste o sbagliate: ogni risposta va bene se sincera e spontanea.

Ti chiediamo gentilmente di compilare questo questionario in tutte le sue parti.

Grazie in anticipo per la cortese collaborazione!

Se desiderassi ricevere ulteriori informazioni a proposito dello studio, l'operatore che ha distribuito i questionari è disponibile a fornirtele.

#### 1. Usare questa guida mobile (M-Art) è stato:

Molto difficile	-----	Difficile	-----	Né difficile, né facile	-----	Facile	-----	Molto facile
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

#### 2. Capire il significato delle icone è stato:

Molto difficile	-----	Difficile	-----	Né difficile, né facile	-----	Facile	-----	Molto facile
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

#### 3. Leggere i contenuti sullo schermo è stato:

Molto difficile	-----	Difficile	-----	Né difficile, né facile	-----	Facile	-----	Molto facile
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

#### 4. Vedere le immagini sullo schermo è stato:

Molto difficile	-----	Difficile	-----	Né difficile, né facile	-----	Facile	-----	Molto facile
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**5. L'interfaccia, ovvero l'aspetto visivo del programma, è:**

Molto complicata	-----	Complicata	-----	Né complicata, né intuitiva	-----	Intuitiva	-----	Molto intuitiva
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**6. La guida M-Art ha reagito ai tuoi comandi come ti aspettavi?**

Mai	-----	Quasi mai	-----	Talvolta	-----	Quasi sempre	-----	Sempre
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**7. L'uso del touch screen è stato:**

Molto difficile	-----	Difficile	-----	Né difficile, né facile	-----	Facile	-----	Molto facile
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**8. L'audio era:**

Molto inadeguato	-----	Inadeguato	-----	Né inadeguato, né adeguato	-----	Adeguato	-----	Molto adeguato
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**9. Ti chiediamo di indicare tre aspetti positivi e tre negativi dell'esperienza:**

Aspetti positivi	Aspetti negativi
1.	1.
2.	2.
3.	3.

<b>Suggerimenti</b>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
---------------------	-------------------------

**10. Quali sono le maggiori difficoltà che hai incontrato usando Mart?**


**11. La qualità tecnica (risoluzione, luminosità, contrasto, ecc.....) delle immagini era:**

Molto inadeguato	-----	Inadeguato	-----	Né inadeguato, né adeguato	-----	Adeguato	-----	Molto adeguato
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**12. Nelle immagini la scelta delle inquadrature era:**

Molto inadeguata	-----	Inadeguata	-----	Né inadeguata, né adeguata	-----	Adeguata	-----	Molto adeguata
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**13. La musica di sottofondo era:**

Molto fastidiosa	-----	Fastidiosa	-----	Né fastidiosa, né piacevole	-----	Piacevole	-----	Molto piacevole
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**14. La musica di sottofondo rispetto al contenuto era:**

Molto inadeguata	-----	Inadeguata	-----	Né inadeguata, né adeguata	-----	Adeguata	-----	Molto adeguata
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**15. I contenuti erano organizzati in modo:**

Molto Confuso	-----	Confuso	-----	Né confuso, né chiaro	-----	Chiaro	-----	Molto chiaro
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**16. I contenuti erano:**

Molto brevi	-----	Brevi	-----	Né brevi, né lunghi	-----	Lunghi	-----	Molto lunghi
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**17. Considerando la quantità di informazioni, i contenuti erano:**

Molto carenti	-----	Carenti	-----	Né carenti, né ricchi	-----	Ricchi	-----	Molto ricchi
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**18. Il linguaggio era:**

Molto incomprensibili	-----	Incomprensibili	-----	Né incomprensib. né comprensibili	-----	Comprensibili	-----	Molto comprensibili
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**19. Il livello di informazione turistica riguardo ai contenuti era:**

Molto insoddisfacente	-----	insoddisfacente	-----	Né insoddisfac. né soddisfacente	-----	Soddisfacente	-----	Molto soddisfacente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**20. Il livello di approfondimento dei contenuti storico-artistici era:**

Gravemente insufficiente	-----	Insufficiente	-----	Sufficiente	-----	Buono	-----	Ottimo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9

**21. Pensi che i contenuti storico artistici, oggetto dell'esperienza, siano più di natura:**  
(Massimo 1 risposta)

- didattica
- scientifica
- divulgativa

**22. Quali cambiamenti suggeriresti per l'organizzazione dei contenuti?**

---



---



---

---

---

---

**23. Hai fatto studi relativi alla storia dell'arte?**

- Sì     No

**Se sì quali?**

---

**24. Hai approfondito per tuo interesse personale argomenti legati alla storia dell'arte?**

- Sì     No

**25. Avevi già visitato il chiostro della basilica di S. Ambrogio prima di oggi?**

- Sì     No

**26. Ti sembra un luogo interessante?**

- Sì     No

**Perchè?**

---

**27. Durante l'esperienza la tua attenzione si è concentrata principalmente su:** (Massimo 1 risposta)

- la basilica
- le immagini della basilica sul PDA
- i problemi di gestione della guida M-Art

**28. La percezione dei dettagli era maggiore:**

- nelle immagini su PDA
- nella visione reale della basilica

**29. In che misura l'immagine sul PDA ti ha aiutato a cogliere dettagli e sfumature dell'oggetto reale di fronte a te?**

- Per nulla
- Poco
- Abbastanza
- Molto

**30. Durante la visita all'interno del chiostro della basilica di S. Ambrogio:**

- Mi sono mosso molto liberamente
- Mi sono mosso liberamente
- Mi sono sentito un po' legato ad un itinerario prefissato
- Mi sono sentito molto legato ad un itinerario prefissato

**31. Pensi che il PDA abbia:**

- arricchito la tua esperienza di visita
- impoverito la tua esperienza di visita

**Perchè?**

---

**32. Consigliaresti M-art ad un amico?**

- Sì       No

**Perchè?**

---

**33. Rispetto a una visita tradizionale con l'ausilio di una guida cartacea, M-art:**

**ti ha aiutato a:**

---

**ti ha limitato nel:**

---

**34. Questa esperienza con M-art ti ha invogliato a visitare altri siti monumentali (chiese, palazzi, ville storiche)?**

- Sì       No

**35. In futuro preferiresti visitare un sito artistico con:**

- un supporto di questo tipo (palmare, PDA, telefono cellulare)
- un supporto tradizionale (guida cartacea, audio guida tradizionale)

**36. Questa esperienza ha corrisposto le tue aspettative?**

Sì     No

Perchè?

---

**37. Ripeteresti questa stessa esperienza con nuovi contenuti?**

Sì     No

---

**38. Nome Cognome** \_\_\_\_\_

**39.**  Maschio     Femmina

**40. Anno di nascita** \_\_\_\_\_

**41. Possiedi dispositivi mobili?**

Sì     No

**Quali?** \_\_\_\_\_

**42. Eventuale occupazione o lavoro (anche a tempo parziale)**

---

**43. Scuola superiore frequentata**

---

**44. Eventuali lauree già conseguite (specificare se di I° o II° livello)**

---

**45. Quante visite a musei/gallerie d'arte/monumenti hai fatto:**

Nell'ultimo mese    n° \_\_\_\_\_

Negli ultimi sei mesi    n° \_\_\_\_\_

Nell'ultimo anno    n° \_\_\_\_\_

**46. Quanto tempo dedichi in media ad ogni visita a musei e/o gallerie d'arte e/o monumenti?**

\_\_\_\_\_ ore \_\_\_\_\_ min.

**47. Di norma quali ragioni ti portano ad effettuare le tue visite:**

- Interesse personale
- Visite dettate dal caso e/o dalla curiosità del momento
- Motivi di studio e/o professionali
- Altro: \_\_\_\_\_

**48. Hai già avuto esperienze di visite supportate da dispositivi tecnologici?**

- Sì       No

**Dove?** \_\_\_\_\_

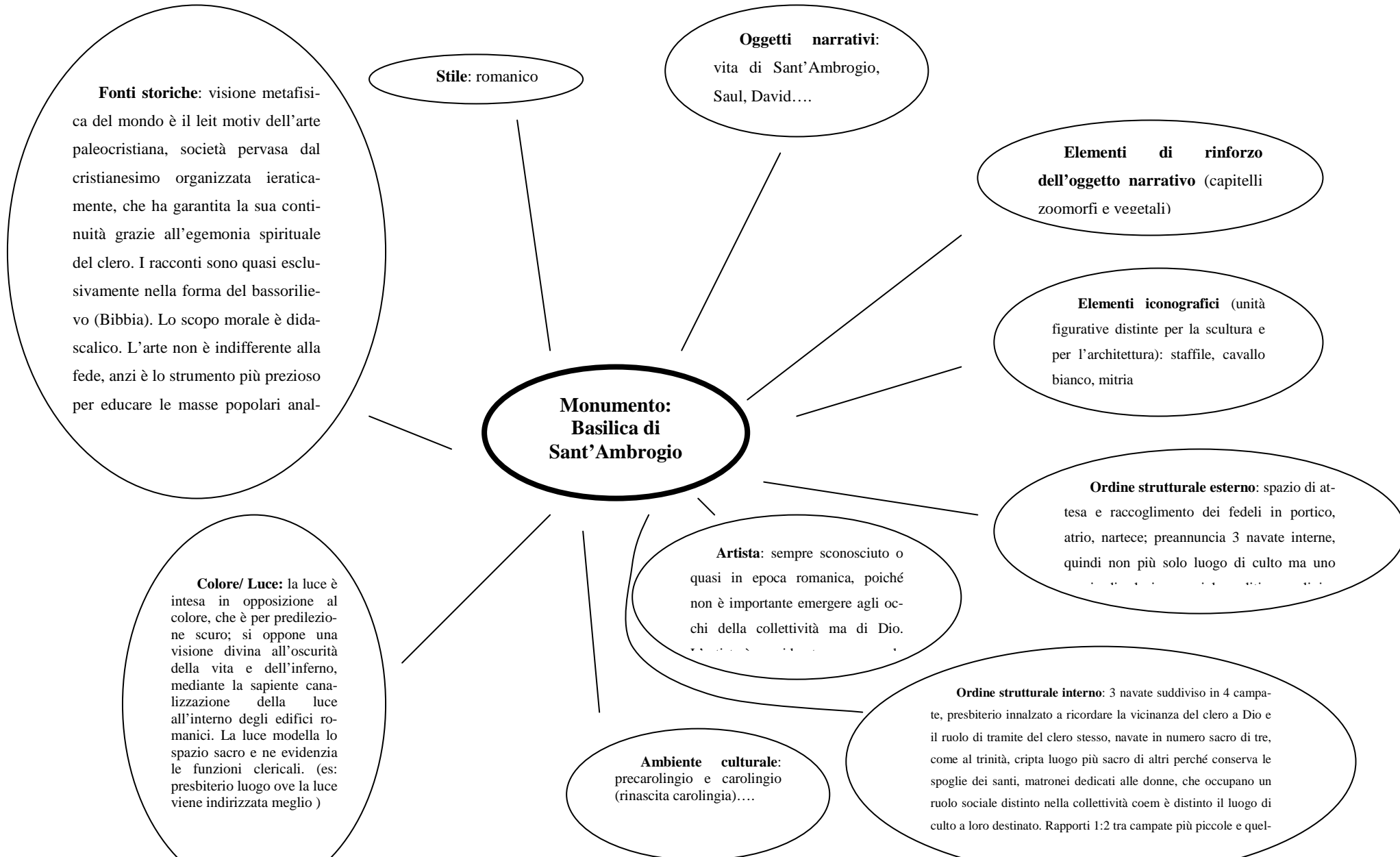
**Con che tipo di dispositivi/supporti tecnologici?**

\_\_\_\_\_

**49. Quando visiti un sito monumentale o archeologico, per muoverti all'interno del suo perimetro di solito usi:**

- una guida cartacea
- una persona che svolge come professione la guida tu

(A2) TASSONOMIE INTERPRETATIVE



**Fonti storiche:** visione metafisica del mondo è il leit motiv dell'arte paleocristiana, società pervasa dal cristianesimo organizzata ieraticamente, che ha garantita la sua continuità grazie all'egemonia spirituale del clero. I racconti sono quasi esclusivamente nella forma del bassorilievo (Bibbia). Lo scopo morale è didascalico. L'arte non è indifferente alla fede, anzi è lo strumento più prezioso per educare le masse popolari anal-

**Stile:** romanico

**Oggetti narrativi:**  
vita di Sant'Ambrogio,  
Saul, David....

**Elementi di rinforzo dell'oggetto narrativo** (capitelli zoomorfi e vegetali)

**Elementi iconografici** (unità figurative distinte per la scultura e per l'architettura): staffile, cavallo bianco, mitra

**Ordine strutturale esterno:** spazio di attesa e raccoglimento dei fedeli in portico, atrio, narcece; preannuncia 3 navate interne, quindi non più solo luogo di culto ma uno

**Artista:** sempre sconosciuto o quasi in epoca romana, poiché non è importante emergere agli occhi della collettività ma di Dio.

**Ambiente culturale:** precarolingio e carolingio (rinascita carolingia)....

**Ordine strutturale interno:** 3 navate suddiviso in 4 campate, presbiterio innalzato a ricordare la vicinanza del clero a Dio e il ruolo di tramite del clero stesso, navate in numero sacro di tre, come al trinità, cripta luogo più sacro di altri perché conserva le spoglie dei santi, matronei dedicati alle donne, che occupano un ruolo sociale distinto nella collettività coem è distinto il luogo di culto a loro destinato. Rapporti 1:2 tra campate più piccole e quel-

**Colore/ Luce:** la luce è intesa in opposizione al colore, che è per predilezione scuro; si oppone una visione divina all'oscurità della vita e dell'inferno, mediante la sapiente canalizzazione della luce all'interno degli edifici romanici. La luce modella lo spazio sacro e ne evidenzia le funzioni clericali. (es: presbiterio luogo ove la luce viene indirizzata meglio)



**(A3) Università degli Studi di Milano-Bicocca**  
**Laboratorio QUA\_SI - Qualità della vita nella società dell'Informazione**

Gentile Partecipante,

il questionario che trovi nelle pagine seguenti fa parte di una ricerca scientifica promossa dall'Università di Milano-Bicocca sugli effetti dell'uso delle nuove tecnologie in un'esperienza di fruizione dei beni culturali.

Ovviamente non ci sono risposte giuste o sbagliate: ogni risposta va bene se sincera e spontanea. Per questo ti chiediamo gentilmente di compilare il questionario in tutte le sue parti.

I dati raccolti hanno esclusivi fini statistici e non saranno divulgati in nessun modo secondo le indicazioni delle norme relative alla protezione della privacy.

**Grazie in anticipo per la cortese collaborazione!**

Se desideri ricevere ulteriori informazioni a proposito dello studio, l'operatore che ha distribuito i questionari è disponibile a fornirle.

**QUESTIONARIO**

**1) Quante mostre e musei hai visitato nell'ultimo anno?**

- 1/3     4/6     7/10     più di 10

**2) Puoi indicare qualche museo/mostra che hai visitato nell'ultimo anno in Italia ?**

---

**3) Quando vai a una mostra ritieni che sia più importante (scegli una sola opzione, quella che ti rappresenta di più):**

- emozionarsi / stupirsi  
 comprendere lo stile dell'autore e il significato dell'opera d'arte  
 vedere qualcosa che sia vicino ai tuoi gusti artistici  
 comprendere la produzione degli autori e cercare confronti con le opere d'arte simili o dello stesso periodo e/o di altri autori.  
 E' l'occasione per informarti e raccogliere ulteriori notizie sugli oggetti in mostra  
 E' l'occasione per mettere in relazione l'evoluzione dei temi trattati dall'autore/i

**4) Preferisci andare alle mostre...**

- da solo     in coppia     in gruppo

**5) Quando vai a una mostra preferisci (una sola opzione):**

- affidarti all'audioguida o a supporti tecnologici (applicazioni scaricabili su PC, PDA in dotazione o simili...) che ti accompagnano stanza per stanza nella visita  
 girare per conto tuo  
 essere accompagnato da una 'guida artistica' che svolge il ruolo di cicerone del museo/mostra

**6) Quando visiti una mostra di solito segui attentamente il percorso o ti muovi avanti e indietro per le stanze?**

- seguo il percorso sino alla fine
- mi sposto per vedere o rivedere le opere

**7) Approfitti della mostra per rilassarti al bar/ristorante del museo/spazio espositivo?**

- mi fermo abitualmente al bar/ristorante del museo per approfittare dell'ambiente nel quale è situato il museo/mostra (la vista della città, il paesaggio, il patio, il palazzo o l'edificio che si vede...)
- mi fermo al caffè/ristorante all'interno del museo solamente per acquistare quello che mi interessa
- non mi fermo quasi mai al caffè/ristorante all'interno del museo

**8) Tra i musei visitati nell'ultimo anno ne ricordi uno/a che ti ha lasciato un'impressione positiva e che ti ha affascinato, e uno/a che ti ha lasciato un'impressione negativa o che ti ha annoiato?**

- a) positiva \_\_\_\_\_
- b) negativa \_\_\_\_\_

**9) In due parole puoi descrivere perché l'impressione è stata:**

- a) positiva perché \_\_\_\_\_
- b) negativa perchè \_\_\_\_\_

**10) In genere preferisci ...(scegli una tra le opzioni che seguono)**

- visite guidate
- guide cartacee
- audio guide (o simili)
- visite individuali senza alcun ausilio

**11) Ti è mai capitato di sottoscrivere una qualche forma di abbonamento al museo/spazio espositivo?**

- sì
- no

**12) Prendi a esempio una mostra/museo che ti è piaciuta particolarmente. Quale e come la definiresti in tre parole:**

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_

**13) I contenuti artistici ti sono parsi in una scala da 0 (per nulla interessanti) a 10 (interessantissimi):**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**14) In una scala da 0 a 10 pensi che si prestasse a essere sviluppata in proposte dal contenuto didattico-educativo?**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**15) Le opere esposte erano quelle più importanti e note dell'autore, o del soggetto preso in considerazione?**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**16) Il curatore della mostra, secondo te, aveva un'idea in mente quando l'ha allestita. Se sì, e se sei stato in grado di individuarla: qual era?**

\_\_\_\_\_

17) Erano disponibili strumenti di approfondimento (cartacei, audiovisivi, copie dell'oggetto in mostra da toccare ...)?

moltissimi       molti       abbastanza       pochi       per nulla

18) Il tema comunicativo che percorreva le varie sale dell'esposizione era facilmente comprensibile e riconoscibile dal pubblico?

moltissimo       molto       abbastanza       poco       per nulla

19) Il visitatore poteva attingere ai riferimenti principali, inerenti l'origine delle collezioni e della sua identità?

moltissimo       molto       abbastanza       poco       per nulla

20) Le opere/gli oggetti ti sono parsi adeguatamente presentati rispetto al loro valore storico - estetico o scientifico?

moltissimo       molto       abbastanza       poco       per nulla

21) Era possibile seguire percorsi diversi a seconda del grado culturale e dell'età? (ad es. percorsi per bambini, per adulti, per cultori della materia...)

moltissimo       molto       abbastanza       poco       per nulla

22) Tali "percorsi dedicati", se presenti, in una scala da 0 (per nulla riconoscibili) a 10 (riconoscibilissimi) ritieni che fossero?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23) Erano proposti laboratori didattici?

sì       no

24) Era presente una segnaletica? Se sì, come ti è parsa in una scala da 0 (per nulla chiara) a 10 (chiarissima):

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

25) Le indicazioni didascaliche, ossia le spiegazioni a fianco gli oggetti o opere d'arte, in una scala da 0 (per nulla comprensibili) a 10 (comprensibilissime) ti sono parse:

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

26) I pannelli introduttivi, esposti nelle diverse stanze, ritengo che fossero da 0 (per nulla chiari) a 10 (chiarissimi):

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

27) Le luci mettevano in risalto gli oggetti o le opere esposte?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

28) Come valuti la mostra (teche, materiali illustrativi, posizionamento delle luci, scelta dei colori, scenografia dell'allestimento...) da un punto di vista "estetico" in una scala da 0 (per nulla bella) a 10 (bellissima)?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

29) C'erano opere particolarmente enfatizzate mediante l'ausilio di luci, colori e suoni?

- nessuna opera     poche opere     qualcuna     molte opere     moltissime opere

30) Erano disponibili e ben evidenziati gli aspetti relativi alla comodità per il pubblico? (segnala poltrone, punti ristoro, punti relax, punti approfondimento/rilassamento se presenti)

- moltissimo     molto     abbastanza     poco     per nulla

puoi descrivere tali servizi....

- a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_  
c) \_\_\_\_\_

31) La mostra era innovativa o diversa dal solito per l'allestimento proposto in una scala da 0 (per nulla innovativa) a 10 (eccezionalmente innovativa) ?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

32) In una scala da 0 a 10 qual è "il grado di flessibilità" del percorso:

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

33) C'era un colore predominante?

- sì     no

34) C'era una musica di sottofondo che ti accompagnava nella visita? Se sì, era adeguata?

- moltissimo     molto     abbastanza     poco     per nulla

35) C'era un odore? Se sì, quale?

---

36) Il percorso dell'allestimento proseguiva anche all'esterno?

- sì     no

37) Hai potuto cogliere un ritmo particolare nel percorso espositivo?

- sì     no

38) La sede espositiva ti è parsa adeguata nell'accogliere la mostra e il suo pubblico?

- moltissimo     molto     abbastanza     poco     per nulla

39) Era facilmente raggiungibile con i mezzi pubblici?

- sì     no

40) Aveva un servizio di accoglienza (punto informazioni, concierge, hostess di sala)? Se sì, ritieni che fosse:

- eccezionalmente soddisfacente     molto soddisfacente     soddisfacente     poco soddisfacente     per nulla soddisfacente

**41) Aveva una caffetteria? Se sì: che servizio offriva?**

- eccezionalmente soddisfacente    molto soddisfacente    soddisfacente    poco soddisfacente  
 per nulla soddisfacente

**42) Aveva un ristorante? Se sì: che servizio offriva?**

- eccezionalmente soddisfacente    molto soddisfacente    soddisfacente    poco soddisfacente  
 per nulla soddisfacente

**43) Il servizio di orientamento riguardo le uscite e i servizi in genere era chiaro?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**44) Erano indicati con chiarezza i servizi di accesso per disabili?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**45) Ricordi che erano indicate con chiarezza le uscite di emergenza?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**46) La gestione del museo (accesso, prenoticket, attesa, costo biglietto...) ti è parsa:**

- eccezionalmente adeguata    molto adeguata    adeguata    poco adeguata    per nulla adeguata

**47) Vi erano tecnologie integrate nel museo/mostra? Se sì, quali? (schermi, proiezioni, noleggio PDA, informazioni via bluetooth, computer):**

- a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_  
c) \_\_\_\_\_

**48) Le tecnologie, laddove presenti, agevolavano la visita, secondo te?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**49) Tali tecnologie erano disponibili per il pubblico, affinché potesse approfondire i contenuti in mostra?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**50) Secondo te le tecnologie usate stimolavano la conoscenza degli oggetti in mostra e dei temi proposti?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**51) Vi erano laboratori in cui si faceva un uso esplicito di una qualche tecnologia?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**52) In generale, pensi che le nuove tecnologie possano aiutare l'apprendimento informale di una materia come l'arte?**

- moltissimo    molto    abbastanza    poco    per nulla

**53) In qualcuno dei musei visitati, nell'ultimo anno, era presente un servizio di "mobile learning" (ossia era possibile scaricare contenuti sul proprio pocket PC o mobile phone o**

altri strumenti analoghi, per visitare il museo o dialogare in un social network, per scambiarsi pareri sulla mostra...)?

sì  no

54) Se sì, dove? E a cosa veniva associato (visita guidata, illustrazione dei servizi di ristorazione, di ricezione alberghiera, di mappa stradale...)

---

55) Con che frequenza usi

	Mai	Una volta al mese	Una volta la settimana	Più volte la settimana	Una volta al giorno	Più volte al giorno	Altro
Telefono cellulare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

56) Per quali attività usi internet:

Indica con che frequenza svolgi ciascuna delle seguenti attività.

	Mai	Raramente	Qualche volta	Spesso	Sempre
Navigare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instant Messaging, come MSN messenger, /AOL/Yahoo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inviare e ricevere e-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook, Myspace e altri siti di social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chatroom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scrivere sul proprio Blog o su quello di altri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fare compiti di scuola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giocare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scaricare musica o film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anno di nascita \_\_\_\_\_

Maschio  Femmina

■ Eventuale occupazione o lavoro (anche a tempo parziale) \_\_\_\_\_

■ Scuola superiore frequentata \_\_\_\_\_

■ Eventuali lauree già conseguite (specificare se di I° o II° livello) \_\_\_\_\_

o laureando/a in \_\_\_\_\_

#### (A4) GUIDA al FOCUS GROUP

INDAGARE i BISOGNI PROFONDI che spingono alla visita museale:

**Allora immaginiamo di essere all'entrata di un museo, cosa ti viene in mente...io sto entrando perché...**

(Quale motivazione ti spinge a entrare in un museo? Qual è il percorso mentale che sottostà alla visita, ossia al museo ci capiti? Al museo ci vai perché spinto dal contesto culturale in cui vivi? Al museo ci vai perché eri un "turista per caso e ti sei imbattuto in quel museo...)

INDAGARE le EMOZIONI PROVATE:

**Fai mente locale all'ultima mostra che hai visto: all'entrata ti senti...e all'uscita ti sei sentito**

(gioia, meraviglia, stupore, angoscia per il prolungato silenzio e regole comportamentali a livello fisico piuttosto rigide...)

INDAGARE la DIMENSIONE SOCIALE:

**Ti capita mai di prendere un caffè/aperitivo al museo o di pranzare/cenare al museo?**

**Se non lo fai, ti piace l'idea? Ok allora completiamo la frase: Oggi andrò al museo x per prendere un caffè.... (capire se va da solo o in compagnia)**

(l'idea di relazione con l'altro al museo - è bello andare al museo per relazionarsi con un'amica o con il mio compagno; cerca emozioni - di solito legano la propria sfera vissuta all'emozione provata per legittimare il bisogno di emozionarsi)

**Ora completiamo anche questa:**

**Al museo mi capita di svagarmi perché...**

**e...Al museo mi capita di annoiarmi perché...**

(È importante divertirsi e svagarsi all'interno del museo)

INDAGARE la DIMENSIONE DIDATTICA e il RUOLO SOCIALE del MUSEO:

**Conosci qualche museo che si dedica ai laboratori per i più piccoli? Pensi che possa essere un buon metodo per insegnare l'arte quella del laboratorio. Pensi che la via sia utile ai più grandi e che possa invogliare a visitare più musei? Pensi che alcuni musei si prestino più altri a laboratori? Hai mai sentito parlare della GAM di Torino o del Museo del Loggiato di Brera?**

**Quando visito un museo faccio parte di...**

(Pensi che l'arte e il museo possa sviluppare un maggior senso di appartenenza a una collettività, se sì perché? Al museo si può ritornare, se sì, come quando e perché...)

**La scuola che ruolo ha nella conoscenza e nella fruizione artistica? Pensi che i new media possano integrare o ostacolare la conoscenza dell'arte, Conosci qualche esempio di museo altamente tecnologico e che integra i percorsi più classici con metodologie assolutamente innovative da un punti di vista tecnologico?**

Ti risulta che al museo si possano festeggiare compleanni o eventi particolari? Che quindi il museo svolga anche un ruolo di aggregazione sociale?

**Dewey dice: "Il prodotto artistico [...] è in sostanza così costituito da poter entrare nelle esperienze di altri e metterli in grado di derivarne esperienze proprie più intense e più pienamente definite delle precedenti" (Arte come esperienza e altri scritti, 1995, Firenze). Cosa ne pensi?**

(L'arte contribuisce alla formazione del pensiero, alla creazione del mondo? La conoscenza non è forse un processo che parte dal sentire e dal pensare? Estetica e logica non possono essere separate. L'esperienza estetica contribuisce allo sviluppo delle capacità di riflessione? Ma come la visione di una mostra si sviluppa in un processo estetico - riflessivo?)

INDAGARE la percezione della QUALITA' MUSEALE e la MISSION MUSEALE (Il museo quale mission? Interrogarsi, e interrogare il proprio pubblico per uscire dalla autoreferenzialità, essere al servizio del pubblico, essere autocritici e progettuali sulla qualità offerta, può aiutare a 'sdoganare' il museo dai confini angusti del luogo 'destinato a pochi', perlopiù interessati e intellettuali?):

**Immagina di essere il direttore di un museo che secondo te ha particolare bisogno di essere promosso sul territorio: cosa fai? Quali strategie comunicative metti in piedi per promuover il tuo museo?**

(I musei che hai visitato nell'ultimo anno, ti pareva che offrirono una buona comunicazione? E che fossero in grado di far fronte alle domande di servizi del pubblico?, A livello scientifico potevi affidarti a una qualche figura professionale che ti aiutasse ad approfondire quanto in mostra? I tempi di risposta alle domande del pubblico erano accettabili?. I contenuti innovativi? I prezzi dell'entrata e del coffee-point in linea con quelli di qualunque altro luogo che offre intrattenimento? **E come pensi di fidelizzare il tuo pubblico?**

E come fidelizzavano il pubblico? (TQM\_ Total Quality management in Moretti,2001) E' importante analizzare il pubblico che frequenta un museo? Risulta dalle ultime indagini prese in considerazione che l'analisi si sposta da indici descrittivi [profilo socio-demografico, motivazione alla visita, stile di vita del 'visitatore tipo', soddisfazione e il gradimento generale] a indici comportamentali [sforzo fisico, percorso scelto, frequenza alle visite museali, comportamenti di spesa], ma nessuno indaga le potenzialità delle nuove tecnologie e delle sue applicazioni su larga scala, quale ad esempio l'utilizzo di smartphone o simili come valido supporto per 'apprendere l'arte'.

INDAGARE il SERVIZIO di ORIENTAMENTO reso dal Museo:

**Stiamo per entrare a Palazzo Reale ci sono tre mostre in allestimento, tu ne scegli solo una e non sai dove andare, ma appena sali il primo piano vedi il "Servizio di orientamento" ti fa piacere? Se risponde sì, ti senti subito come...**

(indagare il bisogno di orientamento significa indagare anche il piano dei contenuti e la loro percezione, perciò è importante rilevarlo chiaramente. Indagare il bisogno di autonomia che è in equilibrio con la spontaneità di andare a zonzo; il bisogno di essere presi per mano e di perdersi svagandosi tra una sala e l'altra)

**Preferisci l'audioguida o la scheda mobile stampata? O preferiresti un supporto diverso, magari più tecnologico: quale? Perché?**

INDAGARE la dimensione dei SERVIZI alla PERSONA in generale:

**Cosa pensi se il Comune di Milano affiggesse questo slogan all'entrata di ogni museo Lombardo: "Qui trovi tutto il confort che cerchi !"**



#### (A5) REPORT FOCUS GROUP

**OGGETTO:** opinione sui musei, quali piacciono o meno e quali sarebbero i musei più interessanti da visitare.

**PRESENTAZIONE** dei vari componenti:

- Davide Diamantini, Mirella Ferrari (conduttori)
  
- Stefano: Laurea Scienze Politiche per il settore turistico ad Alessandria
- Massimo: Laurea Cattolica di Bergamo Settore Turismo
- Alessio: Laurea Scienze geografiche Milano Statale
- Luisa: Laurea Scienze del Turismo Napoli con indirizzo manageriale
- Marco: Laurea Scienze geografiche turismo Milano Statale
- Vadim: Laurea Triennale Scienze del turismo
- Davide : Laurea Scienze geografiche Milano Statale
- Gianna: Laurea Scienze del turismo in Bicocca

**Qual è secondo voi il museo ideale o come dovrebbe essere?**

1. Edificio storico all'interno di un centro storico di una città in cui vengono esposte antichità
2. Lago di Como Villa d'Este
3. Granada Quartiere Gitano di Albaicin con una bella panoramica
4. Valencia Padiglione espositivo esperienziale / Immagine infanzia musei con opere d'arte che non desta interesse per i bambini (disinteresse)
5. Museo in relazione alla gita scolastica (disinteresse) / Ripostiglio di cose gettate alla rinfusa contrassegnati solo dal nome delle opere , senza una spiegazione che le faccia capire
6. Grande edificio contenitore di opere d'arte del passato, non arte contemporanee, senza comunicazione per gli inesperti
7. Museo di Capodimonte con una bellissima panoramica

**Che musei avete visitato all'Estero :**

- (tutti) Parigi il Louvre
3. Berlino
  2. Amsterdam, Madrid Lussemburgo e Alhambra

**Perché? Scegliete in modo casuale? O no? E Perché?**

1. Nome artista
2. Attrattiva di una città visitata ma raramente ci si reca in una città appositamente per visitare la mostra
3. Se è gratuito o al max 5 euro il biglietto
4. Foto esposta o articoli di critica
5. Le Chiese vengono visitate molto più dei musei in quanto spesso a ingresso gratuito.
6. La spesa viene effettuata a fronte di una motivazione forte , qualcosa di accattivante e nuovo.

**Che emozioni avete provato durante la visita?**

1. Louvre: Amore e Psiche commozione. Massa di persone che guardano la Gioconda che lasciano una sensazione sgradevole in quanto è troppo pubblicizzata rispetto alle altre opere. In un museo bisognerebbe soffermarsi anche sulle opere "minori"
2. Serve comunque qualcosa che rimanga nella memoria
3. Firenze: David di Michelangelo. Bisognerebbe vivere le opere d'arti.
4. Mantova : Cristo morto del Mantegna
5. Dopo gli esami di Storia dell'arte piacevole sensazione, però bisognerebbe vederli non solo sul libro ma dal vivo, c'è comunque uno scarto di aspettative tra ciò che è visto nel libro e dal vivo.

**Prima di andare al museo o a una mostra vi preparate culturalmente, raccogliete informazioni...?**

1. La maggior parte delle volte non avviene nessuna preparazione ex ante, semmai avviene nella fase successiva se l'opera è piaciuta o ha colpito particolarmente. Si ricercano informazioni su aspetti specifici dopo aver preso nota del nome o dell'oggetto, ecc da ricercare.

**Andare al museo è faticoso, potrebbero migliorare?**

2. Fatica fisica nel camminare e fare la coda, ma anche di concentrazione, ma l'emozione e l'arricchimento interiore spesso ripaga la fatica e induce a informarsi ulteriormente e la fatica passa in secondo piano.

**Qual è l'importanza dei musei in un territorio, cosa rappresentano per il posto in cui si trovano?**

- 3 identità : es. Roma non solo storia della capitale ma pezzo di storia del mondo/territorio; aspetto territoriale importante
- 4 aspetto numerico: es. Treviso mostra di artisti famosi che ha attirato moltissimi turisti e la città ne ha beneficiato dal punto di vista economico.
- 5 non sempre sono musei di opere d'arte: Es. Valdaosta oggettistica che non sono considerate opere d'arte ma comunque è importante per la storia del luogo

**In Italia, data la crisi economica, molti musei vengono chiusi o vengono tenuti aperti pochi giorni alla settimana, che ne pensate?**

1. È un aspetto economico, se non c'è profitto non ha senso tenerli aperti, in Italia è un museo magazzino
2. Non sono supportati finanziariamente dallo Stato
3. Non è ben organizzato, potrebbero essere valorizzati
4. Finanziamenti da fare a monte, puntare sulla valorizzazione dell'interesse verso i giovani, ecc.
5. Applicare il modello estero di museo
6. Viene gestito come un'impresa

**Qual è l'equilibrio tra la cassa e il ruolo di identità ? Ossia se c'è una cosa di valore per quel dato territorio magari l'incasso non è così rilevante, che ne pensate?**

1. Brescia Santa Giulia : strategia di marketing poco legato all'aspetto identitario
2. Mantova Palazzo dei Gonzaga: ma la gente si rispetta davvero? Il valore di quel palazzo oggi è così importante? Magari varia da posto a posto...Il Colosseo è molto importante per i romani.
3. C'è diverso modo di vedere e percepire l'identità culturale di un luogo. Dipende dalla sensibilità di ognuno.
4. Senso del dovere e dell'orgoglio: bisogna tutelare e rendere accessibile a tutti i patrimoni culturali di un territorio, valorizzare le radici, rendere fruibile in modo globale
5. Non percepire il valore non significa non capirlo

**Cosa annoia e infastidisce in un museo?**

1. La coda
2. Gruppi di persone che parlano a voce alta/visite guidate
3. Dove oltre al biglietto bisogna pagare altri servizi
4. I percorsi troppo lunghi
5. I musei caotici non organizzati

**Siete soddisfatti complessivamente dei musei?**

1. sì
2. no: tendenza al museo etnografico in ogni piccolo paesino: ripetitivo

**Quali supporti tecnologici avete trovato?**

1. In Triennale zona CONFINDUSTRIA schermo touch screen
2. Informazione minima
3. Audio guida è efficace (es Monaco)
4. Supporti da scegliere a seconda delle proprie inclinazioni/ avere una guida che indica ciò che si vuole
5. Info sul cellulare/bluetooth

**Le emozioni vengono favorite da certi fattori o sono casuali?**

1. Luci e scenografia importanti es Triennale: uso di luci su alcune sculture proiettavano un'ombra particolare
2. Posizione dei quadri/studio dell'allestimento che facilitano le emozioni
3. Musei dentro i musei : ambientazione emozionante (es USA)
4. Scenografia ideale: Villa Litta a Lainate, Versailles

**Luci e musica: aiutano l'esperienza e permettono di focalizzarsi meglio sull'opera?**

1. Sì, non tutti li capiscono e conoscono l'opera
2. Dipende dall'obiettivo che si propone la mostra
3. L'aspetto scenografico per l'arte contemporanea è fondamentale, es Bilbao Guggenheim, spesso

**I bar dei musei li provate di solito?**

1. si a volte sono anche molto belli e contestualizzati
2. le aree ristoro servono soprattutto nei musei molto grandi

**Come sono i lavoratori dei musei**

1. Svogliati e demotivati
2. Pochi sorrisi
3. Ci sarebbe bisogno di un contatto con un 'informatore' di opere
4. Guardiani/Custodi
5. Nei piccoli musei i custodi sono più gentili e preparati, dimostrano passione e danno maggiori informazioni sulle opere: mediatore personale, piace ma non si è disposti a pagare per il servizio

**Fate spesso visite di gruppo?**

1. si

**Con personale qualificato?**

2. Raramente
3. In gita

**Vi viene in mente qualche museo comodo?**

1. Museo ebraico di Berlino poltrone comode
2. Comodità intesa come raggiungibilità: indicazioni stradali...

**Cosa bisognerebbe fare per attrarre interesse e migliorare la qualità dell'esperienza del museo?**

1. Cercare di rendere coerente e disponibile la tecnologia attuale
2. Rendere confortevole dal punto di vista logistico
3. Maggiori informazioni
4. Iniziative maggiori, non più un museo statico
5. Svecchiare l'immagine del museo

**L'esperienza più rilevante è la gita ma è spesso frustrante, cosa si potrebbe fare per renderla più interessante?**

1. Partecipare con i ragazzi
2. Fare dei lavori a monte e farli scegliere, non dargli un pacchetto già pronto
3. Creare dei musei appositi per i bambini, così da grandi si appassioneranno di più all'idea del museo
4. Costa poco...bisognerebbe valutare l'aspetto economico, anche se in fondo hanno i soldi in gita
5. Stesso discorso per gli anziani
6. servizi ulteriori per i bambini

**...e il museo più bello?**

1. Museo Louvre a Parigi
2. Museo El Prado a Madrid
3. Museo Ebraico di Berlino per come è strutturato
4. Museo di Pietrarsa a Napoli, evoluzione della Ferrovia
5. Museo della Scienza Valencia

**E quello più brutto?**

1. Museo etnografico Valdaosta
2. Museo Scienze naturali di Marsiglia (Davide) animali impagliati, vecchi ...

## 9 APPENDICE 2 – FREQUENZE RISULTATI QUESTIONARIO

(A6) FREQUENZE

Quante mostre visitate ultimo anno

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	1/3	202	62,9	63,7	63,7
	4/6	78	24,3	24,6	88,3
	7/10	23	7,2	7,3	95,6
	più di 10	14	4,4	4,4	100,0
	Totale	317	98,8	100,0	
Mancanti	99	4	1,2		
Totale		321	100,0		

Tipo di museo visitato

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mostra permanente	113	35,2	35,3	35,3
	mostra temporanea	87	27,1	27,2	62,5
	sia permanente che temporanea	66	20,6	20,6	83,1
	99,00	42	13,1	13,1	96,2
	100,00	12	3,7	3,8	100,0
Totale		320	99,7	100,0	
Mancanti	Mancante di sistema	1	,3		
Totale		321	100,0		

Elemento più importante a una mostra

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	emozionarsi/stupirsi	139	43,3	45,1	45,1
	comprendere stile e significato	95	29,6	30,8	76,0
	vicinanza gusti artistici	24	7,5	7,8	83,8
	capire autori e confrontare coevi	20	6,2	6,5	90,3
	informarsi su oggetti	28	8,7	9,1	99,4
	evoluzione dei temi	2	,6	,6	100,0
Totale		308	96,0	100,0	
Mancanti	99,00	1	,3		
	100,00	11	3,4		
	Mancante di sistema	1	,3		
	Totale	13	4,0		
Totale		321	100,0		

Approfitti della mostra per rilassarti al bar/ristorante museo

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mi fermo abitualmente bar/ristorante per godere dell'ambiente, paesaggio, vista della città...	43	13,4	13,6	13,6
	mi fermo al caffè/ristorante solo per acquistare ciò che mi interessa	67	20,9	21,1	34,7
	non mi fermo quasi mai al caffè/ristorante all'interno del museo	207	64,5	65,3	100,0
	Totale	317	98,8	100,0	
Mancanti	99,00	3	,9		
	100,00	1	,3		
	Totale	4	1,2		
Totale		321	100,0		

Mai capitato di sottoscrivere abbonamento-museo

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	sì	15	4,7	4,7	4,7
	no	304	94,7	95,3	100,0
	Totale	319	99,4	100,0	
Mancanti	99,00	2	,6		
Totale		321	100,0		

Da 0 a 10 valuta contenuti artistici

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	,00	1	,3	,3	,3
	3,00	2	,6	,6	1,0
	4,00	3	,9	1,0	1,9
	5,00	10	3,1	3,2	5,1
	6,00	20	6,2	6,4	11,6
	7,00	71	22,1	22,8	34,4
	8,00	118	36,8	37,9	72,3
	9,00	48	15,0	15,4	87,8
	10,00	38	11,8	12,2	100,0
	Totale	311	96,9	100,0	
Mancanti	99,00	10	3,1		
Totale		321	100,0		

Da 0 a 10 pensi mostra sviluppabile in contenuti didattici

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	,00	1	,3	,3	,3
	1,00	1	,3	,3	,6
	2,00	3	,9	1,0	1,6
	3,00	6	1,9	1,9	3,6
	4,00	13	4,0	4,2	7,8
	5,00	25	7,8	8,1	15,9
	6,00	45	14,0	14,6	30,5
	7,00	67	20,9	21,8	52,3
	8,00	81	25,2	26,3	78,6
	9,00	27	8,4	8,8	87,3
	10,00	38	11,8	12,3	99,7
	77,00	1	,3	,3	100,0
	Totale	308	96,0	100,0	
Mancanti	99,00	12	3,7		
	Mancante di sistema	1	,3		
	Totale	13	4,0		
Totale		321	100,0		

Da 0 a 10 opere valuta se opere più importanti dell'autore

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	2,00	2	,6	,7	,7
	3,00	6	1,9	2,0	2,6
	4,00	13	4,0	4,3	7,0
	5,00	28	8,7	9,3	16,2
	6,00	34	10,6	11,3	27,5
	7,00	68	21,2	22,5	50,0
	8,00	73	22,7	24,2	74,2
	9,00	42	13,1	13,9	88,1
	10,00	36	11,2	11,9	100,0
	Totale	302	94,1	100,0	
Mancanti	99,00	18	5,6		
	Mancante di sistema	1	,3		
	Totale	19	5,9		
Totale		321	100,0		

Tema era comprensibile e riconoscibile al pubblico

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	moltissimo	20	6,2	6,4	6,4
	molto	125	38,9	39,8	46,2
	abbastanza	143	44,5	45,5	91,7
	poco	23	7,2	7,3	99,0
	per nulla	1	,3	,3	99,4
	22,00	1	,3	,3	99,7
	33,00	1	,3	,3	100,0
	Totale	314	97,8	100,0	
Mancanti	99,00	7	2,2		
Totale		321	100,0		

Da 0 a 10 erano comprensibili le didascalie

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	1,00	2	,6	,6	,6
	3,00	3	,9	1,0	1,6
	4,00	12	3,7	3,8	5,4
	5,00	25	7,8	8,0	13,5
	6,00	43	13,4	13,8	27,2
	7,00	87	27,1	27,9	55,1
	8,00	78	24,3	25,0	80,1
	9,00	33	10,3	10,6	90,7
	10,00	29	9,0	9,3	100,0
	Totale	312	97,2	100,0	
Mancanti	99,00	9	2,8		
Totale		321	100,0		

Da 0 1 10 erano chiari i pannelli introduttivi

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	1,00	2	,6	,6	,6
	3,00	4	1,2	1,3	1,9
	4,00	11	3,4	3,5	5,5
	5,00	26	8,1	8,4	13,8
	6,00	47	14,6	15,1	28,9
	7,00	80	24,9	25,7	54,7
	8,00	79	24,6	25,4	80,1
	9,00	36	11,2	11,6	91,6
	10,00	26	8,1	8,4	100,0
	Totale	311	96,9	100,0	
Mancanti	99,00	7	2,2		
	100,00	1	,3		
	Mancante di sistema	2	,6		
	Totale	10	3,1		
Totale		321	100,0		

C'erano opere enfatizzate con suoni, luci, colori

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	nessuna opera	23	7,2	7,4	7,4
	poche opere	52	16,2	16,7	24,0
	qualcuna	154	48,0	49,4	73,4
	molte opere	66	20,6	21,2	94,6
	moltissime opere	11	3,4	3,5	98,1
	6,00	1	,3	,3	98,4
	7,00	3	,9	1,0	99,4
	8,00	2	,6	,6	100,0
	Totale	312	97,2	100,0	
	Mancanti	99,00	6	1,9	
100,00		2	,6		
Mancante di sistema		1	,3		
Totale		9	2,8		
Totale		321	100,0		

Erano evidenziate comodità per pubblico

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	moltissimo	5	1,6	1,6	1,6
	molto	33	10,3	10,6	12,3
	abbastanza	139	43,3	44,8	57,1
	poco	105	32,7	33,9	91,0
	per nulla	27	8,4	8,7	99,7
	6,00	1	,3	,3	100,0
Totale	310	96,6	100,0		
Mancanti	99,00	11	3,4		
Totale		321	100,0		



Da 0 a 10 quanto era flessibile percorso

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	,00	3	,9	1,0	1,0
	1,00	6	1,9	1,9	2,9
	2,00	13	4,0	4,2	7,1
	3,00	14	4,4	4,5	11,6
	4,00	21	6,5	6,8	18,4
	5,00	41	12,8	13,2	31,6
	6,00	66	20,6	21,3	52,9
	7,00	70	21,8	22,6	75,5
	8,00	50	15,6	16,1	91,6
	9,00	10	3,1	3,2	94,8
	10,00	16	5,0	5,2	100,0
	Totale	310	96,6	100,0	
Mancanti	99,00	10	3,1		
	Mancante di sistema	1	,3		
	Totale	11	3,4		
Totale		321	100,0		

C'era colore predominante

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	sì	105	32,7	33,9	33,9
	no	200	62,3	64,5	98,4
	3,00	1	,3	,3	98,7
	4,00	1	,3	,3	99,0
	5,00	3	,9	1,0	100,0
	Totale	310	96,6	100,0	
Mancanti	99,00	11	3,4		
Totale		321	100,0		

C'era musica di sottofondo accompagnava visita

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	,00	1	,3	,5	,5
	moltissimo	8	2,5	3,8	4,3
	molto	16	5,0	7,7	12,0
	abbastanza	53	16,5	25,4	37,3
	poco	33	10,3	15,8	53,1
	per nulla	98	30,5	46,9	100,0
	Totale	209	65,1	100,0	
Mancanti	99,00	108	33,6		
	100,00	3	,9		
	Mancante di sistema	1	,3		
	Totale	112	34,9		
Totale		321	100,0		

Quale odore c'era

	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	1	,3	,3	,3
100	1	,3	,3	,6
2	3	,9	,9	1,6
5	1	,3	,3	1,9
99	180	56,1	56,1	57,9
antico	2	,6	,6	58,6
cibo	1	,3	,3	58,9
cioccolato	1	,3	,3	59,2
di chiuso	2	,6	,6	59,8
di chiuso e di vecchio	1	,3	,3	60,1
di legno	1	,3	,3	60,4
di libri	1	,3	,3	60,7
di nuovo	1	,3	,3	61,1
di pulito	1	,3	,3	61,4
di tappezzeria	1	,3	,3	61,7
egitto	1	,3	,3	62,0
foglie e terra	1	,3	,3	62,3
incenso	3	,9	,9	63,2
muffa	3	,9	,9	64,2
museale	1	,3	,3	64,5
nessun odore	5	1,6	1,6	66,0
nessuno	5	1,6	1,6	67,6
no	79	24,6	24,6	92,2
no non c'era	1	,3	,3	92,5
non c'era	1	,3	,3	92,8
non era presente odore	1	,3	,3	93,1
non odori particolari	1	,3	,3	93,5
non ricordo	3	,9	,9	94,4
odore di antico	1	,3	,3	94,7
odore di chiuso	2	,6	,6	95,3
odore di chiuso e umidità	1	,3	,3	95,6
odore di nuovo	1	,3	,3	96,0
odore di oggetti nuovi	1	,3	,3	96,3
odore di pittura fresca	1	,3	,3	96,6
odore di vecchio	1	,3	,3	96,9
odore limone	1	,3	,3	97,2
ogni stanza aveva il suo odore:sapone, cioccolato..	1	,3	,3	97,5
poco gradevole per il caldo	1	,3	,3	97,8
profumo orientale	1	,3	,3	98,1
stampa, tipo quando apri un libro	1	,3	,3	98,4
tempera	1	,3	,3	98,8
tempera ad olio	1	,3	,3	99,1

umidità	1	,3	,3	99,4
vernice	2	,6	,6	100,0
Totale	321	100,0	100,0	

Hai potuto cogliere ritmo particolare nel percorso

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	sì	107	33,3	35,0	35,0
	no	197	61,4	64,4	99,3
	3,00	2	,6	,7	100,0
	Totale	306	95,3	100,0	
Mancanti 99,00		15	4,7		
Totale		321	100,0		

Era facilmente raggiungibile mezzi pubblici

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	sì	271	84,4	87,7	87,7
	no	35	10,9	11,3	99,0
	3,00	2	,6	,6	99,7
	4,00	1	,3	,3	100,0
	Totale	309	96,3	100,0	
Mancanti 99,00		12	3,7		
Totale		321	100,0		

Aveva un servizio di accoglienza e ritieni che fosse...

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	eccezionalmente soddisfacente	7	2,2	3,0	3,0
	molto soddisfacente	43	13,4	18,3	21,3
	soddisfacente	151	47,0	64,3	85,5
	poco soddisfacente	30	9,3	12,8	98,3
	per nulla soddisfacente	4	1,2	1,7	100,0
	Totale	235	73,2	100,0	
Mancanti 99,00		84	26,2		
100,00		2	,6		
	Totale	86	26,8		
Totale		321	100,0		

Aveva una caffetteria e che servizio offriva

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	eccezionalmente soddisfacente	2	,6	1,4	1,4
	molto soddisfacente	33	10,3	23,7	25,2
	soddisfacente	84	26,2	60,4	85,6
	poco soddisfacente	13	4,0	9,4	95,0
	per nulla soddisfacente	7	2,2	5,0	100,0
	Totale	139	43,3	100,0	
Mancanti	99,00	182	56,7		
Totale		321	100,0		

Aveva un ristorante e che servizio offriva

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	eccezionalmente soddisfacente	3	,9	4,0	4,0
	molto soddisfacente	8	2,5	10,7	14,7
	soddisfacente	49	15,3	65,3	80,0
	poco soddisfacente	8	2,5	10,7	90,7
	per nulla soddisfacente	7	2,2	9,3	100,0
	Totale	75	23,4	100,0	
Mancanti	99,00	246	76,6		
Totale		321	100,0		

Il servizio orientamento era chiaro

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	moltissimo	15	4,7	5,3	5,3
	molto	96	29,9	34,0	39,4
	abbastanza	142	44,2	50,4	89,7
	poco	27	8,4	9,6	99,3
	per nulla	2	,6	,7	100,0
	Totale	282	87,9	100,0	
Mancanti	99,00	39	12,1		
Totale		321	100,0		

Il percorso era anche esterno

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	sì	50	15,6	16,0	16,0
	no	261	81,3	83,7	99,7
	3,00	1	,3	,3	100,0
	Totale	312	97,2	100,0	
Mancanti	99,00	9	2,8		
Totale		321	100,0		

Erano chiari i servizi di accesso disabili

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	moltissimo	10	3,1	3,6	3,6
	molto	70	21,8	25,5	29,2
	abbastanza	142	44,2	51,8	81,0
	poco	39	12,1	14,2	95,3
	per nulla	13	4,0	4,7	100,0
	Totale	274	85,4	100,0	
Mancanti	99,00	47	14,6		
Totale		321	100,0		

Erano indicate con chiarezza uscite emergenza

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	moltissimo	16	5,0	5,8	5,8
	molto	84	26,2	30,7	36,5
	abbastanza	138	43,0	50,4	86,9
	poco	29	9,0	10,6	97,4
	per nulla	7	2,2	2,6	100,0
	Totale	274	85,4	100,0	
Mancanti	99,00	47	14,6		
Totale		321	100,0		

Vi erano tecnologie integrate (schermi, PDA, PC...)

	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi 1.0	23	7,2	7,2	7,2
2.0	57	17,8	17,8	24,9
3.0	34	10,6	10,6	35,5
4.0	20	6,2	6,2	41,7
5.0	3	,9	,9	42,7
99	83	25,9	25,9	68,5
99.0	4	1,2	1,2	69,8
audioguida digitale	1	,3	,3	70,1
audioguide	5	1,6	1,6	71,7
audiovisive	1	,3	,3	72,0
blue-tooth informazioni	1	,3	,3	72,3
bluetooth	1	,3	,3	72,6
bluetooth in aggiunta alle informazioni presenti	1	,3	,3	72,9
no	1	,3	,3	73,2
noleggio audioguide	1	,3	,3	73,5
noleggio pda	2	,6	,6	74,1
noleggio PDA	1	,3	,3	74,5
non credo ci fossero	1	,3	,3	74,8
non erano chiaramente indicate	1	,3	,3	75,1
non ricordo	1	,3	,3	75,4

nulla di tecnologicamente avanzato	1	,3	,3	75,7
pannello video	1	,3	,3	76,0
pc	6	1,9	1,9	77,9
proiezioni	27	8,4	8,4	86,3
punto informazioni	1	,3	,3	86,6
schermi	34	10,6	10,6	97,2
schermi al plasma	1	,3	,3	97,5
schermi con proiezioni	1	,3	,3	97,8
schermi video	1	,3	,3	98,1
schermo	3	,9	,9	99,1
schermo con proiettore	1	,3	,3	99,4
schermo per proiezioni	1	,3	,3	99,7
sxhermi	1	,3	,3	100,0
Totale	321	100,0	100,0	

Per quali attività usi internet:messaggi,yahoo...

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	43	13,4	14,1	14,1
	raramente	39	12,1	12,8	27,0
	qualche volta	70	21,8	23,0	50,0
	spesso	80	24,9	26,3	76,3
	sempre	70	21,8	23,0	99,3
	6,00	2	,6	,7	100,0
	Totale	304	94,7	100,0	
Mancanti	99,00	15	4,7		
	100,00	2	,6		
	Totale	17	5,3		
Totale		321	100,0		

Per quali attività usi internet:mail

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	10	3,1	3,2	3,2
	raramente	11	3,4	3,6	6,8
	qualche volta	62	19,3	20,1	26,9
	spesso	112	34,9	36,2	63,1
	sempre	111	34,6	35,9	99,0
	6,00	3	,9	1,0	100,0
	Totale	309	96,3	100,0	
Mancanti	99,00	10	3,1		
	100,00	2	,6		
	Totale	12	3,7		
Totale		321	100,0		

Per quali attività usi internet:facebook,myspace e socialnetwork

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	47	14,6	15,4	15,4
	raramente	22	6,9	7,2	22,5
	qualche volta	37	11,5	12,1	34,6
	spesso	95	29,6	31,0	65,7
	sempre	101	31,5	33,0	98,7
	6,00	4	1,2	1,3	100,0
Totale		306	95,3	100,0	
Mancanti	99,00	13	4,0		
	100,00	2	,6		
	Totale	15	4,7		
Totale		321	100,0		

Per quali attività usi internet:chatroom

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	194	60,4	63,8	63,8
	raramente	52	16,2	17,1	80,9
	qualche volta	29	9,0	9,5	90,5
	spesso	20	6,2	6,6	97,0
	sempre	8	2,5	2,6	99,7
	6,00	1	,3	,3	100,0
Totale		304	94,7	100,0	
Mancanti	99,00	17	5,3		
	Totale	321	100,0		

Per quali attività usi internet:blog

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	169	52,6	55,6	55,6
	raramente	67	20,9	22,0	77,6
	qualche volta	38	11,8	12,5	90,1
	spesso	21	6,5	6,9	97,0
	sempre	8	2,5	2,6	99,7
	6,00	1	,3	,3	100,0
Totale		304	94,7	100,0	
Mancanti	99,00	16	5,0		
	100,00	1	,3		
	Totale	17	5,3		
Totale		321	100,0		

Per quali attività usi internet:compiti di scuola

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	49	15,3	16,2	16,2
	raramente	43	13,4	14,2	30,5
	qualche volta	94	29,3	31,1	61,6
	spesso	97	30,2	32,1	93,7
	sempre	18	5,6	6,0	99,7
	6,00	1	,3	,3	100,0
	Totale	302	94,1	100,0	
Mancanti 99,00	19	5,9			
Totale	321	100,0			

Per quali attività usi internet:giocare

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	100	31,2	33,0	33,0
	raramente	93	29,0	30,7	63,7
	qualche volta	74	23,1	24,4	88,1
	spesso	28	8,7	9,2	97,4
	sempre	8	2,5	2,6	100,0
	Totale	303	94,4	100,0	
Mancanti 99,00	18	5,6			
Totale	321	100,0			

Per quali attività usi internet:scaricare musica e/o film

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	mai	42	13,1	13,8	13,8
	raramente	40	12,5	13,1	26,9
	qualche volta	77	24,0	25,2	52,1
	spesso	101	31,5	33,1	85,2
	sempre	42	13,1	13,8	99,0
	6,00	3	,9	1,0	100,0
	Totale	305	95,0	100,0	
Mancanti 99,00	15	4,7			
100,00	1	,3			
Totale	16	5,0			
Totale	321	100,0			