



Musei e gallerie si preparano a riaprire dal 18 maggio: con cautela, con regole rigide e necessarie, con inevitabile timore per il futuro. In queste pagine proviamo a immaginare come il Covid-19 modificherà organizzazione e fruizione e come le città — non solo i luoghi chiusi — sapranno ripensarsi per ospitare la creatività. Poi raccontiamo una favolosa scoperta legata a Raffaello (è ancora il suo anno) e dodici esposizioni che si (ri)organizzano per (ri)accogliere i visitatori

C'erano una volta diecimila mostre Ecco come cambia il sistema dell'arte

di VINCENZO TRIONE

Numero contingentato di visitatori per fasce orarie prefissate, distanza di sicurezza, segnaletica informativa, percorsi obbligati, prenotazione, acquisto online dei biglietti, mascherine per il pubblico e il personale, dispenser con gel disinfettante, sanificazione quotidiana degli ambienti. I musei si preparano a riaprire dal 18 maggio: dapprima le realtà più grandi e attrezzate; nelle due settimane successive, le altre.

Non sarà una ripresa facile. Nei prossimi mesi, le istituzioni museali — in tutto il mondo — dovranno affrontare una crisi difficile: tagli degli stipendi, riduzione delle trasferte dei funzionari, cassa integrazione, possibili licenziamenti, cancellazione di progetti, riarticolazione dei palinsesti di eventi e mostre.

Ecco, le mostre. Nelle prossime settimane, alcune riapriranno (Raffaello alle Scuderie del Quirinale di Roma, Saraceno al Palazzo Strozzi di Firenze); altre verranno inaugurate presto (*The Torlonia Marbles* ai Musei Capitolini di Roma, *Gli etru-*

schi al Museo Archeologico di Napoli e il riallestimento della Galleria nazionale di Roma). Ma tutte cambieranno. Perché tutto cambierà.

Blockbuster e no

C'erano una volta i blockbuster. Hanno imperversato un po' ovunque. Dalla metà degli anni Novanta, in Italia, il botteghino è stata la misura della riuscita o meno di una mostra. Gli ingredienti: sempre gli stessi. Si è puntato soprattutto sulle *celebrity*: maestri noti, mediaticamente efficaci. Caravaggio e van Gogh, Picasso e Dalí, gli impressionisti, Warhol. Per anni, da noi si sono organizzati eventi non di rado generici, pretestuosi, piuttosto raccoglittici, fondati sull'esibizione di qualche dipinto-feticcio.

Nei prossimi anni, assisteremo al declino del mito dei «grandi numeri». Prepariamoci a mostre diverse. Necessarie, coraggiose, economicamente sostenibili, scelte con attenzione, nelle quali si assegnerà una nuova centralità al metodo dei curatori, ai criteri critici, agli sforzi interpretativi e attributivi, alla sapienza impie-



gata per disegnare rigorose e avvincenti scritte espositive. Non ci si servirà dei quadri, ma ci si metterà al servizio dei quadri. Alcuni modelli cui ci si potrà richiamare: le retrospettive sulla Metafisica al Palazzo dei Diamanti di Ferrara (2016), su Giotto nel Palazzo Reale di Milano (2015), su Ambrogio Lorenzetti a Santa Maria della Scala di Siena (2017), su Antonello da Messina ancora al Palazzo Reale di Milano (2019), su Raffaello alle Scuderie del Quirinale di Roma (2020).

Intrattenimento e studio

C'erano una volta le esposizioni-lunapark: occasionali, semplici, caratterizzate da allestimenti imponenti ed eccessivi, ideate per assecondare un desiderio esteso di svago e di intrattenimento pseudo-colto. Nell'immediato futuro, prepariamoci a mostre più «umane», nelle quali potremo ammirare le opere come in pochi le hanno viste fino a ora: avremo la possibilità di sostare da soli dinanzi a una scultura o a un dipinto, senza voci di fondo; potremo indugiare su figure, paesaggi, artifici compositivi e dettagli; e leggere pannelli e didascalie. Inoltre, tanti potranno visitare un'antologica o una personale attraverso piattaforme, siti e social, che andranno ripensati e arricchiti, ospitando apparati ipertestuali aggiuntivi, app, videogame e sperimentazioni legate alla realtà virtuale e aumentata, in modo da favorire il dialogo tra esperienza online ed esperienza offline.

Folle ed élite

C'erano una volta mostre che avevano un obiettivo principale: superare le 200 mila, le 300 mila, le 400 mila presenze. A lungo i visitatori sono stati trattati come consumatori o clienti. Rassegne percorse soprattutto da folle chiassose e frettolose, che tendevano a passare distrattamente dinanzi alle opere, inclini a scattare selfie

in maniera compulsiva. Forse, il Covid-19 aiuterà a uscire da questa spirale, sulle orme di quel che aveva auspicato già negli anni Settanta l'erudito francese Georges-Henri Rivière: «Il successo di un museo non si valuta in base al numero dei visitatori che vi affluiscono, ma al numero dei visitatori ai quali ha insegnato qualcosa».

Breve durata e lunga durata

C'erano una volta le mostre che rimanevano in «cartellone» per pochi mesi, pensate in fretta e approntate in furia, non di rado importate «a pacchetto» dalle società di servizio, adeguandosi ai tempi spiccioli della politica, spesso per celebrare anniversari, con tanti quadri di non elevata qualità e di dubbia autografia, radunati senza nessuna attenzione critico-filologica. Prepariamoci a mostre che, per essere realizzate, richiederanno tempi lunghi di preparazione, saranno esito di lunghi e liberi processi di ricerca, presenteranno meno dipinti e resteranno in programma per più mesi. Paradossalmente, il coronavirus «aiuterà» a fermare quella macchina che, in Italia, ha determinato una sorta di overdose, portando all'organizzazione di circa diecimila esposizioni all'anno.

Autarchia e co-produzione

C'erano una volta le mostre «strapaesane», lontane dagli standard curatoriali internazionali, incapaci di uscire dai nostri confini, basate sul ricorso a una specie di modello autarchico, nelle quali raramente ci si avvaleva delle partnership di musei stranieri. Un'anomalia italiana. E nostro auspicio che, presto, si lavorerà a manifestazioni condivise e co-prodotte insieme con altre istituzioni europee o statunitensi, nelle quali si richiederanno poche opere in prestito per periodi più lunghi (per risparmiare su trasporti e assicurazioni).

Società private e Stato

Infine, c'erano una volta le mostre affidate alle società *for profit* private. Che, per anni, non solo hanno gestito i servizi aggiuntivi (biglietteria, bookshop, caffè), ma si sono occupate anche degli aspetti critico-scientifici: quale artista proporre, quale curatore nominare, quale allestimento disegnare. Pronte a investire soprattutto sul merchandising, sulle campagne di comunicazione e sulla pubblicità, queste società sono arrivate a svolgere una funzione di supplenza rispetto al «pubblico». Che, privo di risorse, idee e competenze, progressivamente, è stato estromesso. Un'altra anomalia italiana.

Le mostre di oggi dovranno fare i conti con condizioni diverse: visite controllate, percorsi obbligati, tempi di fruizione prefissati. Inevitabili i contraccolpi sulla so-



stenibilità economico-finanziaria di questi progetti. Assisteremo a una drastica riduzione dei visitatori (si calcola che al Colosseo, in una giornata, entrerà lo stesso numero di spettatori che, fino allo scorso febbraio, visitava il sito in due ore). Perciò, non è difficile prevedere che le società *for profit* troveranno meno attrattivo il business-mostre.

Di fronte a questa crisi, le amministrazioni pubbliche saranno chiamate a riconquistare la propria centralità, ad acquistare una rinnovata dignità culturale. Finalmente potranno gestire in autonomia programmi e palinsesti, investendo su mostre serie ma anche emozionanti e altamente democratiche, definite con largo anticipo, nelle quali *high culture* e *low culture* si incontreranno e sarà possibile accostarsi all'arte in maniera non noiosa, rendendola materia viva. Attraversare quelle temporanee università popolari che sono le mostre favorirà non solo evasione e distrazione ma, come ha scritto Marc Fumaroli, stimolerà senso critico, meditazione, godimento individuale: quell'«*otium* studioso e disinteressato» che, «incompatibile con la cultura somministrata a getto continuo», appartiene alla sfera dello spirito.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



► 17 maggio 2020

