

UNA
VISITATRICE
DAVANTI ALLA
PRIMAVERA
DI SANDRO
BOTTICELLI.
L'OPERA
È ESPOSTA
A FIRENZE,
ALLE
GALLERIE
DEGLI UFFIZI.



ABBIAMO REINVENTATO I MUSEI

Video per preparare le visite guidate, contenuti digitali riservati agli appassionati, coinvolgimento delle star dei social. Le **gallerie d'arte** stanno riaprendo dopo un lungo lockdown e a *Grazia* i direttori di quattro importanti spazi espositivi spiegano come offriranno a tutti esperienze più intense

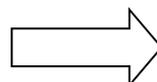
2

di GIOVANNI FERRARI

Dopo quasi tre mesi di stop molti musei hanno riaperto al pubblico. Con l'ingresso in zona gialla della maggior parte del Paese, stiamo assistendo a un graduale ritorno delle visite, anche se circoscritto (per il momento) ai giorni feriali. E molte di queste realtà hanno sfruttato la chiusura per chiedersi come possa essere il museo del futuro, tra visite fisiche e innovazioni digitali.

«IL DIGITALE NON SOSTITUIRÀ MAI LA VISITA REALE NEI MUSEI», anticipa il direttore delle Gallerie degli Uffizi di Firenze, Eike Schmidt. Il motivo? «Dal punto di vista dei media e sociale è una realtà completamente diversa. Con la crescente digitalizzazione, poi, l'interesse nel vedere gli originali è in crescita». Allo stesso tempo è indispensabile sfruttare tutto ciò che il digitale permette. Come dimostra l'invito, nel luglio 2020, all'imprenditrice e influencer Chiara Ferragni, ospite in Galleria per un tour del museo. «Già ai tempi di Lorenzo il Magnifico c'era una grande apertura a tutto il mondo. Noi abbiamo voluto cercare degli influencer adeguati. Abbiamo scelto solo Chiara Ferragni e Martina Socrate. Abbiamo parlato anche con altri ma poi abbiamo capito che non ci sarebbe stato uno sposalizio ideale», confessa Schmidt. L'attuale possibilità di visitare solo i musei all'interno della propria Regione sta modificando il rapporto con il pubblico. «Ci si lamentava che i grandi musei avessero perso il contatto con i cittadini. La gente, invece, non vede l'ora di riappropriarsi del proprio patrimonio artistico».

È d'accordo Giovanna Melandri, presidente della Fondazione MAXXI di Roma. «Nei



DA SINISTRA: GIOVANNA MELANDRI, PRESIDENTE DELLA FONDAZIONE MAXXI DI ROMA; CHIARA FERRAGNI ALLA PINACOTECA AMBROSIANA; UNA FOTO ALLA GALLERIA BORGHESE DI ROMA.



I più seguiti sui social

Tra i profili Instagram più seguiti ci sono senza dubbio quelli dei musei, pieni di opere d'arte ma anche di riflessioni e approfondimenti culturali. L'influenza globale delle gallerie passa anche da qui. Il MoMA di New York detiene il titolo di museo più seguito su Instagram con 5,3 milioni di follower. Sul podio anche il Louvre di Parigi (4,4 milioni) e la Tate Gallery di Londra (3,8 milioni). L'Italia spicca con le Gallerie degli Uffizi, che hanno oltre 603 mila seguaci. Il museo diretto da Eike Schmidt è anche tra i più amati al mondo su TikTok con 68 mila follower.

mesi di chiusura abbiamo lavorato sul pubblico romano. Prima dell'epidemia di Covid, metà delle visite arrivavano dall'estero, solo il 20 per cento da Roma». Quale la strategia della Fondazione? «Innanzitutto non mortificare le risorse umane dell'istituzione. Abbiamo fatto un piccolo ricorso alla cassa integrazione nel primo lockdown ma niente più. Non come il MoMA di New York, che ha subito licenziato lavoratori», spiega Melandri. Poi c'è la scelta di non limitarsi a visite virtuali: «Siamo diventati broadcaster: abbiamo prodotto quasi duecento pillole d'artista originali che hanno raggiunto nel primo lockdown oltre 15 milioni di visualizzazioni». La presidente della Fondazione MAXXI ha recentemente proposto di rendere deducibili dalle tasse i biglietti per cinema, teatri e musei. «Dobbiamo contrastare le povertà culturali. C'è un'occasione: la riforma del sistema fiscale italiano. È il momento per questo salto concettuale».

SEGUE QUESTO RAGIONAMENTO IL DIRETTORE DEL MUSEO EGIZIO, CHRISTIAN GRECO. «Io vorrei che fosse adottato il modello inglese: musei offerti gratuitamente a tutta la cittadinanza. Sono luoghi in cui conoscere i frammenti di memoria del passato. Poi, per finanziare la ricerca, ci vorrebbe un grande patto tra pubblico e privato», spiega. In ogni caso, secondo Greco, per capire quale potrebbe essere il modello del museo del futuro è necessario tornare alle origini. «I musei non possono più essere considerati solo come luoghi per turisti. La Costituzione afferma che "la Repubblica promuove lo sviluppo della cultura". I musei sono parte indispensabile della nostra comunità». Secondo il direttore del museo torinese, le visite virtuali non vanno equiparate a quelle fisiche. «Ho un'idea di museo integrato dove convive un museo fisico e un museo online». Un esempio? «Un reperto messo in una vetrina è isolato dal contesto in cui è stato ritrovato. Potremmo ricostruire questo paesaggio con le nuove tecnologie».

«Grazie ai supporti interattivi l'esperienza dell'arte è divenuta in certi casi ancora più intensa», afferma convinto James Bradburne, direttore a Milano della Pinacoteca di Brera e della Biblioteca Braidense. «La visita digitale è diventata complementare con l'opportunità di approfondire alcuni aspetti che non si vedono con la normale visita al museo. Penso alle immagini dei restauri o all'accesso ai segreti dei depositi», racconta. «Abbiamo creato una vera e propria piattaforma di contenuti digitali progettati e creati per un utente che è "partecipante attivo" alla vita di Brera, dotato di una tessera che ne fa un socio e non solo un visitatore». A proposito di visite, al momento i musei sono chiusi nei fine settimana. Molti direttori sono perplessi, Bradburne compreso: «Sembra che ci sia confusione nell'interpretazione della vera necessità della cultura».

I musei italiani, insomma, stanno intraprendendo nuove sfide. Le stesse a cui sono chiamate anche realtà collaterali. Lo conferma Adriana Summa di Ad Artem, azienda che gestisce le visite guidate di molti musei milanesi. Che anticipa: «Stiamo terminando un prodotto tra reale e digitale sul Cenacolo Vinciano. La guida condurrà la visita in presenza mentre il pubblico si potrà collegare da casa. Puntiamo tutto sull'inclusività». ■