



Giulia Crippa

Cosa hanno fatto i musei durante la pandemia: uno studio delle attività di alcune istituzioni tra marzo e giugno 2020



Abstract

L'articolo analizza alcuni siti e pagine *facebook* di istituzioni culturali – ritirate da un universo più ampio di studio – per comprendere come sono state svolte iniziative e eventi durante la fase di *lockdown*, da marzo a giugno 2020. Gli esempi sono relativi a musei d'arte (Pinacoteca Nazionale di Bologna), musei archeologici (Muse Nazionale Etrusco di Marzabotto), di arte contemporanea (MAXXI), archivi-museo (CSAC) e gallerie (GAMEC). Riflette sul ruolo dei musei nello spazio pubblico quando confrontati con situazioni traumatiche. Evidenzia i limiti e le potenzialità di un museo inserito nel contesto degli accadimenti quotidiani e quelli di scelte legate alla "normalità" che non si preoccupa con gli eventi che possono essere agenti di trasformazione strutturale.

The article analyzes some sites and facebook pages of cultural institutions - withdrawn from a wider universe of study - to understand how initiatives and events were carried out during the lockdown phase, from March to June 2020. The examples are related to museums of art (National Art Gallery of Bologna), archaeological museums (National Etruscan Museum of Marzabotto), contemporary art (MAXXI), museum archives (CSAC) and galleries (GAMEC). It reflects on the role of museums in the public space when confronted with traumatic situations. It highlights the limits and potential of a museum inserted in the context of everyday events and those of choices linked to "normality" that does not bother with events that can be agents of structural transformation.



Introduzione

In questo entrare in trance della terra, quando all'improvviso la nostra vita si è vista limitata, rinchiusa, in cui ciò che sapevamo era prodotto giorno per giorno, la presentazione/manifestazione dell'assenza della gente dai suoi spazi quotidiani è stato ciò che più ha richiamato la nostra attenzione, nelle immagini dello spettacolo spettrale non solo delle nostre città, ma delle metropoli del mondo intero, in una vera crisi della cultura. Crisi che ha reso visibile l'impreparazione dei musei di fronte a eventi di questo genere, che può essere spiegata solo dalla sua natura essenzialmente rappresentativa, individualizzante e sottrattiva, centrata proprio sull'artificialità di un

particolare “spettacolo”: il cosiddetto “fatto museale”, quello che è forgiato all'interno del museo dal rapporto instaurato tra Uomo e Oggetto.

Date queste immagini, eravamo certi che la comunicazione museologica non disponesse di meccanismi pratici e / o teorico-concettuali adeguati ad affrontare un evento del genere, perché questo dipende dalla sua trasformazione in una rappresentazione materializzata in qualche tipo di supporto che rende possibile catturarlo.

Nonostante l'euforia che circonda il ruolo dell'arte come generatrice di ricchezza e la capacità di riqualificazione urbana da parte dei musei, non dobbiamo dimenticare che il mondo reso oggetto, al centro del progetto di modernità, obiettivo della musealizzazione, e il mercato, si sono rivelati solo una parte dell'equazione. Non per niente, nella descrizione dei loro principi e obiettivi, i musei puntano (anche o addirittura principalmente) sull'intangibile di simboli, identità e immaginario, qualcosa che va ben oltre l'oggetto e che viene attualmente mobilitato per l'esposizione nei musei. Qualcosa di presumibilmente non deperibile e identitario. Qualcosa che richiami la memoria, apparentemente perduta o dimenticata.

L'idea di museo sembra spesso essere un progetto per (ri)vitalizzare le città ma, di fatto, ci riporta ai cimiteri e ai loro morti:

questo modello ha le sue origini nel lutto e di conseguenza un richiamo: l'apologia del "non deperibile" ha come valori i morti più dei vivi, i materiali resistenti più degli altri, e i mezzi abbastanza attrezzati per garantire la conservazione delle sue reliquie. Ma è proprio l'opposto. La creazione è deperibile. Passa, perché è un atto. (...) è essenzialmente relativo a una collettività. La sua linea può sopravvivere al gruppo, sotto forma di un oggetto che la vita ha lasciato cadere, raccolto, abbandonato di nuovo e riutilizzato in pratiche successive [prima di finire in un museo, potremmo aggiungere]: testi, ceramiche, utensili o statue. Ma non appartengono più a ciò che fa la storia; sono i suoi dati. [Cultura] non si limita ai record e ai resti che lascia. Per quanto siano interessanti, questi oggetti (...) sono solo i residui di ciò che non esiste più (...) (De Certeau, 1998, pp. 243-244).

Con Certeau si capisce che l'unico modo per avere qualcosa di vivo nei musei è nel rinnovamento di atti di creazione fuori dai musei, in quell'esterno che i musei mummificano.

E se i musei e la museologia non fossero più solo rappresentazione, ma anche presentazione? Non più uno spazio contenente il contenuto ma con il contenuto comunicativo nello spazio? Un prodotto comunicativo da (e produttore di) una

moltitudine/assenza e che è semplicemente un'azione da mettere in comune? A quali musei e a quale museologia corrisponderebbe?

Sebbene questa "mappatura" iniziale sia stata determinata da eventi reali - dai cambiamenti urbani e sociali che abbiamo attraversato durante il *lockdown*, questo lavoro non è una ricerca partecipativa, né vuole essere un caso di studio. Al contrario, è eminentemente teorico (o essenzialmente speculativo, per essere ancora più precisi), e ha come macro tema lo stretto rapporto che si instaura tra società, cultura e territorio durante la crisi globale che stiamo attraversando. All'interno di questo macro taglio, come già sottolineato, il nostro interesse specifico è il ruolo del museo: musei reali, esistenti, nel tentativo di comprendere se e come la centralità assunta dalle dinamiche sociali che hanno attraversato le nostre vite si sono incontrate o sono state incorporate e riflesse da questi musei che, nelle città, sono spesso radicati da lungo tempo e in esse operano.

A nostro avviso, tali dinamiche socio-culturali sono, prima di tutto, comunicative. E poiché nella nostra società la cultura e la comunicazione sono strutturazioni della produzione, di per sé informative, sono destinatarie (e agenti) di processi legati agli sforzi permanenti di una società capitalista in materia di generazione ed estrazione di valore. Ma sono anche, d'altra parte, e di conseguenza, arene aperte al conflitto e alla resistenza.

Speculare su tutto questo, quindi, è ciò che intendiamo con questo studio. Per questo, abbiamo fatto alcune domande preliminari (tra innumerevoli altre possibili da porre) che ci hanno guidato nelle nostre letture e analisi, ma a cui non sarà necessariamente data una risposta durante questo lavoro, vale a dire:

- 1) Qual è stato il ruolo effettivo del museo – di piccoli e grandi musei – durante il *lockdown*?
- 2) Qual è il rapporto di questi musei con la condizione globale che abbiamo attraversato, in generale, e con le dinamiche infocomunicative dei pubblici che gli danno vita?
- 4) Se consideriamo i musei in generale, e quelli qui considerati in particolare, come una "tecnologia" dell'informazione e della comunicazione - ICT, e se comprendiamo che le ICTs non possono funzionare indipendentemente dal contenuto che trasmettono, qual è lo stato dell'opera/informazione del museo attualmente?
- 5) D'altra parte, perché (ancora) la necessità/venerazione per l'opera unica del genio singolare musealizzata o patrimonializzata? Qual è il significato di

“originale” (sia in relazione all'opera, sia in relazione a un luogo) in un mondo sempre più digitale, virtuale, in rete, basato su spettacolo e intrattenimento?

6) Se una delle caratteristiche del mondo globalizzato è il crescente nomadismo e se la tecnologia può catturare, all'interno di un dispositivo elettronico portatile, le informazioni disponibili nei musei, e anche l'esperienza delle loro collezioni, in che modo i musei si sono mobilitati per mettere in gioco, effettivamente, la potenzialità delle reti a cui dicono di appartenere?

7) Cosa può fare dunque il museo con la produzione dell'evento pandemico?

I musei che, negli ultimi secoli, hanno costituito una parte significativa e attiva di dispositivi di potere, conoscenza e soggettività, sono diventati anche parte di un dispositivo di apprezzamento del capitale strutturato nello stretto rapporto che si instaura tra il territorio, il dinamismo creativo e innovativo di pubblici in presenza e in digitale (con le sue dinamiche informative e comunicative) e il “comune” da essi prodotto, cioè basato sulla cultura nella sua accezione più ampia (compresa dalla sua dimensione antropologica di arte, design, moda, turismo, spettacolo, affettività, soggettività, memoria, patrimonio, ecc.).

In un tempo di ICTs, dovrebbe suonare quantomeno strana la sorpresa sulle iniziative dei musei durante la fase di isolamento in Italia, tra marzo e giugno 2020. Senza dubbio, rivoluzionarie del concetto stesso di conoscenza, le ICTs hanno capitalizzato, negli anni del loro sviluppo di massa, ossia con l'avvento dei personal computer e delle reti accessibili, un rinnovato interesse per forme di organizzazione e accesso all'informazione e per i modelli di comunicazione interattiva. La proposta della tecnologia come “accesso remoto” a luoghi e a conoscenze è stata crescente in tutti i servizi e, dal pagamento delle bollette all'*home banking* si giunge al loro uso per i siti di musei e biblioteche (Hjarvard, 2015).

La tecnologia permette un'organizzazione delle informazioni che interagisce in maniera diversa con pubblici e utenti, ora identificati come navigatori (Canclini 2008), e ha preso la strada di uno sviluppo centrato sull'*infotainment*, una tipologia di informazione rivolta all'intrattenimento, dove si mescolano notizie, letture, film, video e musiche, il tutto ancor più mescolato e accorpato nelle Reti Sociali, accessibili da qualsiasi apparecchio connesso a una rete che ci permette di recuperare informazioni con contenuti comparabili a quelli della TV, dei giornali o dei best-sellers senza la necessità di uscire di casa (Yudice 2007).

Compito delle scienze sociali è quello di osservare i fenomeni, descriverli e indicare i loro punti deboli, perché possano essere rivisti e rafforzati. Quello che, quindi, proponiamo come oggetto della nostra analisi, è lo sviluppo di alcuni spunti critici in

relazione agli interventi con pubblici/utenti da parte, degli operatori culturali principalmente di musei.

La proposta qui presentata prevede una discussione sul ruolo svolto dagli operatori culturali nell'ambito di istituzioni legate alla memoria – con particolare attenzione ai musei – durante la fase di *lockdown*. Per tentare di rispondere – almeno in parte - alle domande che ci siamo posti, abbiamo osservato:

- 1) Che tipo di attività/risposte sono state sviluppate dalle istituzioni per raggiungere i pubblici/utenti. Per questo, abbiamo svolto alcune ricerche a partire dalla documentazione disponibile online, per indagare come si sono mobilitati i musei e che ruolo si sono attribuiti durante la fase più acuta della crisi sanitaria.
- 2) Che relazione è stata stabilita tra queste proposte e la riflessione sulla pandemia da parte delle istituzioni. In questo senso, osserveremo la relazione che si stabilisce tra un'istituzione legata alla memoria come il museo e la catastrofe (l'idea di "fine")

La cultura del museo e la costituzione dei suoi pubblici

Come i dipinti e le sculture, anche i musei possono essere interpretati. E devono esserlo, perché per capire gli oggetti che ospitano bisogna analizzarne il posizionamento. Contenitore di oggetti di varia natura, il museo stesso è un'opera d'arte integrale.

Allestimenti museali suppongono interpretazioni implicite. Come gli autori d'arte, i curatori creano quindi gli involucri in cui gli oggetti comunicano le loro storie. Vediamo una scelta espositiva, mentre ne ricordiamo o immaginiamo altre. Osserviamo, ad esempio, un dipinto in relazione agli altri e ricordiamo quello che abbiamo appena visto o che troveremo.

Apprendiamo chi possedeva quell'opera prima che entrasse nel museo e dove fosse collocata in passato. E diventiamo consapevoli della storia del museo e della sua sistemazione in modi che contribuiscono alla nostra esperienza delle singole opere.

Tutti i macchinari del museo d'arte sono stati inventati nel Rinascimento. C'erano artisti, collezionisti e intenditori. *Le vite dei più eccellenti pittori, scultori e architetti*, di Vasari, ha fornito un percorso storico per organizzare le collezioni d'arte. Perché, allora, la nascita di questa istituzione si è manifestata solo nel secolo. XVIII? L'origine del museo d'arte, in termini sociologici, può essere spiegata osservando l'apparizione di una nuova filosofia e di una nuova iconografia, plasmata nell'idea di classificazione

ereditata dal secolo precedente, per unirla alle caratteristiche razionali e intellettuali applicate della classe media europea in crescita, che voleva vedere un chiaro aumento della conoscenza e della comprensione dei propri sforzi.

La nascita del museo d'arte è strettamente legata all'emergere della storia dell'arte, alle nuove teorie estetiche e allo sviluppo della democrazia. Non appena l'arte è stata rimossa da chiese, templi e collezioni principesche nello spazio pubblico del museo, il pubblico dovrebbe essere istruito.

I musei d'arte che ammettevano qualsiasi visitatore compaiono quasi alla fine dell'antico regime, a Roma e nei paesi di lingua tedesca, anche se il grande modello è il Louvre, l'antico palazzo reale che aprì le sue porte al pubblico nell'agosto del 1793.

Il Museo d'Arte è quindi legato alla Rivoluzione francese e alle nuove teorie estetiche tedesche. Hegel è il grande teorico del Museo storico d'arte, perché la sua filosofia della storia è stata ricostruita come un museo immaginario. La sua storia dell'arte è fatta come un museo, poiché il presente è separato dal passato. In questo museo è ammesso solo ciò che ha l'aura della storia e che deve essere trasmesso per consenso sociale. (Clair 2008, p. 29)

Siamo consapevoli che le istituzioni possono essere interpretate. Gli studiosi del museo vengono coinvolti in questa interpretazione attraverso la descrizione, cambiando il modo in cui vedono l'edificio e la collezione. Ad esempio, vale la pena notare che molti musei hanno grandi scale, che metaforizzano l'elevazione a una sfera lontana dal quotidiano per il "mondo delle arti". Questa semplice osservazione cambia già la percezione di quella stessa scala.

Praticamente tutti i dipinti in mostra al Getty Museum potrebbero essere spostati al Louvre e viceversa. Ma le opere apparirebbero in modo molto diverso, in questo scambio di luoghi. Visto a Parigi, un dipinto di Manet porta a riflessioni sulla storia del collezionismo francese. A Los Angeles, lo stesso lavoro porterebbe a riflessioni sulla nuova ricchezza che ha reso possibile quello spostamento. Al Getty Museum, l'arte è antica, ma lo spazio espositivo è nuovissimo, chiedendo una nuova interpretazione del museo. Ma, come il Louvre, Getty si occupa di "bellezza e arte, storia e fama e potere" (Carrier 2006, p. 17). Tuttavia, a Parigi come a Los Angeles, l'arte esposta non può essere liberata dal suo contesto museologico.

Storicamente, è stata la borghesia in formazione a creare, nel corso del XVIII secolo, una richiesta destinata a promuovere la costituzione di biblioteche e musei pubblici o pubblici. L'apertura dei musei pubblici è fortemente legata all'attuazione e alla realizzazione dello Stato Moderno, che, per la sua propria configurazione, favorisce l'accesso per tutta la popolazione, gratuitamente o sulla base di singole offerte a biblioteche e musei. Ci sono però ragioni più "profonde" per rendere pubbliche

le collezioni, che semplicemente soddisfare la domanda delle nuove classi sociali in formazione, disposte a studiare o semplicemente “osservare” le collezioni.

La nascente borghesia è, infatti, determinante per la struttura e lo sviluppo degli Stati nazionali, attuato tra il XVIII e il XIX secolo; oggetti selezionati e inventariati, apparsi a partire dal Rinascimento, devono acquisire un significato unificante per tutti i pubblici presenti in questa nuova configurazione sociale.

Il significato degli oggetti deve in qualche modo essere riconosciuto come tale nel modo più ampio. La maggioranza della società, quindi, ha bisogno di riconoscere e ammettere l'“invisibile” che i pezzi rendono “visibile”. Questa invisibilità deve essere uguale per tutti: un oggetto non può, allo stesso tempo, avere un significato religioso e un valore per la sua antichità, poiché la negazione di un valore sacro agli oggetti di culto nega la posizione privilegiata del clero, generando tensione e conflitto Sociale.

D'altra parte, assegnare un significato a oggetti del passato, naturali o di altre società, significa giustificare i loro studi, che rendono necessaria la loro raccolta. In questo senso, i musei sostituiscono, nello spazio dello Stato moderno, il ruolo precedentemente ricoperto dalle chiese. L'idea di Nazione, di Origine, di un passato nazionale collettivo, sostiene le collezioni pubbliche, anche quando riuniscono oggetti di altri spazi, che possono segnare i "sacrifici" consumati per ottenerli, o le capacità di esplorazione e negoziazione da parte dello Stato stesso. In questo senso i musei diventano "depositi" di oggetti che stabiliscono i legami della storia nazionale che, nel loro atto di preservare un patrimonio comune, deve e può essere accessibile a tutti.

Il museo, considerato, negli anni '60 e '70, in termini di “campo di concentrazione della memoria” da cui era necessario evadere per riscoprire le opere all'interno del proprio contesto territoriale, è stato oggetto, in tempi più recenti, di nuove discussioni museologiche socialmente più inclusive, dopo alcuni decenni di “grandi mostre” dimenticate, durante i quali questi luoghi deputati alla memoria sono stati depredati da un vuoto sguardo all'insegna del “marketing”.

In altre parole, quello che era il “tempio della memoria” è diventato un luogo del ricordo, con l'eterna ricerca della novità. Oggi il museo è sempre più sradicato rispetto al suo mondo-ambiente, sempre più neutrale e indifferente ai suoi contenuti. L'idea di uno spazio espositivo, di un museo, sembra, a prima vista, contenere una forma di memoria “depositata”. Infatti, decontestualizza l'opera, sottraendola alla sua collocazione originaria.

Lo spazio espositivo diventa sempre più uno spazio vuoto, in un mero confezionamento privato di memoria, a volte senza raffinatezza, altre volte estremamente raffinato, ma lontano dal comune sentire dei suoi visitatori. Siamo davanti a musei demoralizzati o in stato di amnesia. Un'amnesia che si traduce in una profonda incapacità di rendere funzionali alla memoria condivisa, a lungo andare,

nuove informazioni non catalogabili secondo vecchi schemi. (Bezerra De Meneses, 2007)

I musei mostrano il potere delle culture di spostare oggetti preziosi a grandi distanze e organizzare la loro mostra in edifici maestosi. I musei moderni espongono il potere delle culture democratiche. Nei più piccoli dettagli della loro forma e organizzazione, i musei rivelano la loro vera funzione, che è quella di rafforzare il senso di appartenenza di alcuni e di esclusione di altri.

Mantenere viva una cultura significa molto di più della mera conservazione dei suoi edifici: richiede la continua esistenza del modo di vivere ad essa associato, poiché un oggetto d'arte muore quando le pratiche culturali associate a quell'oggetto materiale non esistono più.

Il museo nasce con lo scopo di preservare le testimonianze del passato collettivo, di studiarle ed esporle al pubblico. È nelle sale dei musei che, bambini, siamo sorpresi dalla prima mummia, ovvero un'armatura, un quadro. Infatti, sfogliando qualsiasi giornale o periodico, possiamo osservare come ci siano notizie e curiosità legate ai musei praticamente ogni giorno e renderci conto che nuovi musei sono continuamente aperti.

A questa immagine carica di autorevolezza e cultura, però, si affianca una seconda idea, quella del museo come luogo tedioso e polveroso, spazio immobile estraneo alla vita e alla quotidianità.

Le pratiche comunicative dei musei

In passato il museo era un luogo della meraviglia, l'unico luogo dove era possibile entrare in contatto con opere d'arte e oggetti di popoli lontani, capaci di sorprendere e suscitare curiosità. Al giorno d'oggi, però, nell'era digitale, la fantasia richiede uno sforzo molto minore per risvegliarsi: film, videogiochi iperrealistici e documentari consentono un approccio al passato molto più efficace. Il turismo di massa ci permette di raggiungere luoghi lontani e di trovare società diverse, mentre il resto del mondo può raggiungerci nelle nostre case sotto forma di cibo, oggetti, musica ... Mentre il museo, nella sua realtà statica, richiede tempo per osservare e capire, cioè contemplare, l'enorme massa di informazioni messe a disposizione dalle nuove tecnologie riduce i tempi di accesso alle notizie ed elimina le frontiere raggiunte. Anche così, il museo rimane una parte strutturale della nostra società, esprimendone i valori e le esigenze. Come tutte le altre componenti della società, tuttavia, cambia ed evolve. Infatti, non è necessariamente un luogo fermo e separato dal resto del mondo, quanto

piuttosto obbedisce a regole e leggi, essendo legato a idee e ideologie, a seconda degli investimenti e delle risorse.

In questi anni, praticamente tutti i musei hanno affrontato la necessità di cambiamento, per poter affrontare la nuova società globalizzata senza, allo stesso tempo, perdere i propri valori. L'invenzione del tempo libero ha permesso a un numero sempre maggiore di persone di cercare nuove attività come cinema, centri commerciali, parchi a tema, ma anche i musei hanno visto aumentare il numero dei visitatori. Si tratta di un pubblico differenziato rispetto a qualche decennio fa, educato sempre più alla velocità dell'informazione e rivolto, soprattutto, al predominio dell'immagine sulla parola scritta. Le sue aspettative erano diverse e, accanto all'istruzione e alla conoscenza, cerca anche il divertimento e lo sviluppo di un senso critico. (Lugli, Pinna & Vercelloni, 2005)

La comunicazione del museo riguarda temi complessi, poiché il museo, tutti i musei, sono istituzioni complesse. Se, come abbiamo detto sopra, i musei esistono non solo come spazi fisici, ma anche come incarnazioni di idee e ideologie, nelle loro sale coesistono piani di temporalità diverse: spazi e tempi originati dagli oggetti e dalla loro storia come pezzi da collezione, ma anche spazi e tempi delle loro narrazioni espositive, così come spazi e tempi di ogni visitatore, con le loro aspettative ed emozioni di noia e curiosità.

Questo è lo scenario in cui pensare come la comunicazione incontra i pubblici. Il suo compito non è necessariamente quello di condurre a un obiettivo, ma di fornire gli strumenti per un percorso. La comunicazione, nel museo, necessita di un aggiornamento costante. Occorre però molta cura affinché questo aggiornamento non sia eccessivo: infatti, mettere sempre e necessariamente in relazione gli oggetti con le esperienze quotidiane e l'esperienza dei visitatori, anche se può sembrare un approccio sicuro, non basta, in quanto esiste il rischio costante di proiettare le nostre concezioni, le nostre definizioni e le nostre attuali conoscenze sugli oggetti stessi, cadendo così nel grande peccato dell'anacronismo (Crippa 2008).

La centralità della comunicazione consiste, principalmente, nella costruzione di indicazioni di metodo, nel rilievo dei problemi, nella capacità di suscitare curiosità e di suggerire percorsi di ricerca. Questo è quanto si desidera, ma spesso si riduce all'invenzione di un percorso che deve considerare gli spazi espositivi (e i loro limiti) e, principalmente, alla scrittura di testi su pannelli che cercano di sintetizzare altri testi, riducendo la comunicazione alla scelta tra innumerevoli informazioni nel tentativo di creare una storia all'interno delle storie.

Il museo è, dunque, uno degli elementi strutturali della nostra società, ed è sistematizzato per offrire informazioni e certezze. D'altra parte, è un'istituzione complessa per progettazione e gestione, che risponde ai cambiamenti culturali, politici

e sociali nelle comunità in cui si trova. Quando i suoi meccanismi sono assimilati, la sua offerta è maggiore e le possibilità di comprenderne le informazioni si ampliano. È importante educare il pubblico ad entrare in un museo e sviluppare curiosità, osservare e ascoltare ma, soprattutto, non tralasciare domande e utilizzare criteri di valutazione personali. A volte è necessario anche educare alla noia di alcune situazioni, non sempre per impreparazione del pubblico. Ogni museo deve essere considerato in base alla sua storia e identità, attraverso il racconto delle sue collezioni e delle scelte museali, che, come abbiamo visto, non sono neutre. In tempi di globalizzazione, è importante ricordare che un modello di museo accogliente non è sempre corretto, plasmato dall'idea di sentirsi "a casa" o, meglio, sempre nello stesso posto. In ogni progetto espositivo è necessario ripartire dagli oggetti, nucleo fondante di ogni museo tradizionale. Ciò non significa in alcun modo scartare le possibilità offerte dalle nuove tecnologie, che ne consentono la riproduzione e la contestualizzazione. Va tuttavia ricordato che la riproduzione non sostituisce l'oggetto stesso e la sua carica storica e / o estetica. (Balboni Brizza 2007, pp. 37-46).

Tuttavia, è necessario rivolgere l'attenzione al pubblico: i visitatori non sono coorti in una messa in scena consolidata, né consumatori da sedurre a qualsiasi prezzo. Sono individui con esigenze e aspettative diverse, in parte indotte, in parte legate al livello culturale e, anche, in parte, legate a fattori psicologici individuali. Il rito della visita ad un museo sarà vissuto da ciascuno in modo diverso e nessun percorso espositivo o proposta didattica potrà accontentare tutti allo stesso modo.

Con queste premesse, il compito dei servizi di un museo dovrebbe quindi essere quello di istigare l'incontro con gli oggetti e con il museo stesso, e non solo di insegnare e trasmettere informazioni. Per farlo, dovrebbe, come abbiamo detto, offrire strumenti onesti, anche se limitati, che si avvicinano e non distruggono dagli elementi esposti. Strumenti in grado di mostrare tutta la complessità di una mostra e di un museo.

Le visite ai musei virtuali

Per comprendere il profondo divario tra lo sforzo dei musei nei mesi tra marzo e giugno del 2020 e la grande complessità e novità assoluta di quello che stava accadendo, è bene ricordare che nel marzo 2020 intere città, grandi e piccole, così come intere nazioni, erano completamente chiuse alla vita pubblica e sociale, con le poche eccezioni legate ai lavori considerati necessari (produzione e circolazione di alimenti, di medicinali e altri comparti produttivo considerati strategici)¹. Scuole, luoghi culturali, ma anche piazze, parchi sono stati chiusi. E questo perché, nonostante fosse

¹ <<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/11/20A01605/sq>>.

presentato come qualcosa di molto serio già a metà gennaio, nessuno sembrava particolarmente preoccupato, al di fuori della lontana ed esotica Cina, di cosa sarebbe potuto accadere se questo tale Coronavirus Covid-19 se si fosse diffuso anche in altri paesi.

Quello che nessuno percepiva era che si stava già diffondendo e creando problemi, grossi problemi. Contrariamente a quanto molte persone sono arrivate a credere, in un ibrido tra realtà e finzione derivato da molti film e serie apocalittiche, il Covid-19 non è particolarmente mortale. O, meglio, in termini statistici, la mortalità non è tra le più alte. Tuttavia, nella maggior parte dei paesi che hanno scelto di seguire il l'abecedario Neoliberista, le strutture sanitarie non erano preparate ad accogliere quella piccola, ma comunque grande, porzione di ammalati che ha bisogno di cure intensive per evitare il più possibile la mortalità virale. I paesi che, d'altra parte, sono ancora più allineati a questa dottrina, sono spesso luoghi con differenze sociali abissali, dove una piccola minoranza concentra tutta la ricchezza, mentre la maggior parte della popolazione vive al di sotto della soglia di povertà. Paesi, quindi, dove i sistemi sanitari pubblici sono spesso depauperati o, addirittura, inesistenti: i ceti medi e alti trovano assistenza negli ospedali privati, per gli altri non ci sono garanzie. Questo elemento è importante per la comprensione della nozione di biopolitica adottata nelle nostre domande. Il concetto, coniato da Foucault, si riferisce sia a ciò che accade nel sistema sanitario e alle forme di controllo del corpo, sia alle scelte esercitate dalle istituzioni e organizzazioni rispetto a chi accede a determinate cure e chi no, sia a come vi accede (se in forma privata o pubblica), sia agli elementi legati alle topografie urbane e a come corpi diversi si configurano nei loro flussi. Cosa c'entrano, con questo, i musei? Crediamo che di fronte agli avvenimenti epocali, i musei, inserite nei loro spazi principalmente urbani, in cui si propongono come elementi di dinamizzazione, nelle loro reazioni tutte digitali alla pandemia hanno mostrato i limiti delle loro pratiche: quando i corpi dei visitatori sono scomparsi, la materialità del museo non si è rivelata dinamica nella sua risposta. Nelle ricerche realizzate negli spazi digitali dei musei, infatti, nella maggior parte dei casi la comunicazione è avvenuta con un pubblico la cui definizione è svanita con il suo corpo. La comunicazione dei siti ufficiali e delle pagine *social* non ha realizzato proposte rivolte alle specificità dei suoi così diversi pubblici, i suoi frequentatori abituali: gli Uffizi, per esempio, hanno “parlato” italiano sui social, eliminando dai suoi *target* i milioni di turisti stranieri che ogni anno li visitano. Non hanno considerato i loro pubblici composti da bambini e adolescenti. Senza corpo, senza genere, senza età: i musei hanno mostrato una fragilità estrema nel coinvolgere e nell'informare questi pubblici così indefiniti, nella rete, così rarefatti.

Certo, bisogna anche considerare la “povertà” digitale dei musei. Secondo i dati ISTAT 2019, dal punto di vista della digitalizzazione del catalogo completo (e quindi

possibilità di accesso dell'utenza/pubblico al documento), solo un museo su dieci ha un catalogo digitalizzato. In questo 11,5 % della realtà statale dei musei (gli altri musei non vengono presi in considerazione dalla statistica, perciò i dati di quest'altra realtà sono dispersi e frammentati), si deve considerare che solo il 20,8 per cento ha digitalizzato tutti i materiali, ma solo il 6,1% di questo già ristretto universo ha reso disponibili i suoi cataloghi online². Gli stessi dati ci dicono che solo il 43% dei musei statali ha un sito dedicato, mentre il 63% ha un account sulle reti sociali. Queste ultime hanno specificità di linguaggi e di formati, ma non solo: se già è una percentuale scarsa quella dei musei con un sito proprio, il fatto che istituzioni legate alla sfera pubblica e istituzionale si trovino in misura maggior sui *social* ci fa comprendere l'esistenza di conflitti tra i discorsi istituzionali – e le loro esigenze anche burocratiche - e l'ambiente non istituzionale rappresentato da queste reti, dove i protocolli delle attività del museo sono necessarie e, allo stesso tempo, ostacolano le possibilità di affrontare la sfida immensa che queste “macchine del sapere”, impreparate molte volte in condizioni pre-pandemiche, si sono trovate di fronte, durante l'emergenza che abbiamo attraversato. Con questo, vogliamo dire che, quando svilupperemo le nostre osservazioni sui siti e sulle pagine *facebook* dei musei, dobbiamo avere chiaro in testa che stiamo dicendo che la macchina burocratica, con tempi sfasati dalla realtà, funziona come apparato statale anche nelle reti sociali, facendo sì che il dinamismo delle stesse riveli ancor di più la già palese inerzia delle strutture e la loro difficoltà a confrontarsi con i pubblici navigatori. L'inerzia si deve, quindi, alla struttura debole e ancora lenta della rete museale di fronte alle ICTs, e non necessariamente alla mancanza di volontà dei singoli attori sociali e istituzionali

Le attività segnalate riguardano le iniziative di pochi grandi musei: la Pinacoteca di Brera, che ha sviluppato un progetto di visite virtuali che permette l'accesso alle opere della pinacoteca attraverso un percorso articolato intorno ad opere, oggetti e luoghi selezionati dai membri dello staff del museo, in modo da garantire, come dice una nota della pinacoteca stessa, "l'accesso al museo e alla biblioteca, in attesa che quest'ombra passi". La stessa nota afferma che “Quando accadrà, saremo ancora più 'smart' e più impegnati a tutelare e valorizzare il nostro patrimonio. Così facendo non tradiremo il nostro passato né il nostro futuro”.

Il sito degli Uffizi permette di fare un tour virtuale attraverso i capolavori delle collezioni e la loro storia, navigando tra immagini in alta definizione delle mostre virtuali proposte dallo staff, mentre il Museo Egizio di Torino ha offerto visite remote, le “Passeggiate del direttore”, in cui il responsabile stesso del museo racconta le opere custodite.

² <<https://www.istat.it/it/archivio/243286>>.

Le scuderie del Quirinale, invece, hanno messo a disposizione in formato digitale l'attesa mostra su Raffaello.

Altri musei indicati dai media che mettono a disposizione tour virtuali sono stranieri (come il Prado, il Louvre, l'Ermitage, il Museo Archeologico di Atene e i Musei Vaticani).

Durante il mese di marzo c'è stata una grande attenzione verso le visite virtuali ai musei, incentivate dai *social media*, dai media tradizionali e dai siti dei musei stessi.

Tuttavia, in pochi giorni, questo incremento di visite è scomparso, nonostante siano apparsi altri "picchi" di interesse. I dati per queste osservazioni sono stati presi dalla piattaforma di Google Trends, digitando i termini di ricerca "tour virtuali musei". Il fatto di utilizzare la piattaforma Google ci obbliga ad ammettere i suoi limiti (sono dati grezzi ed escludono le ricerche su altre piattaforme) ma, allo stesso tempo, offrono per lo meno uno spaccato delle attività delle utenze, nonostante la mancanza di una ricerca più raffinata. Si tratta, comunque, di dati disponibili a tutti, che permettono alcune osservazioni e a partire dai quali si possono prendere alcune decisioni sullo sviluppo di ulteriori attività³. Si osserva dai vari grafici che l'interesse per questo tipo di visite – e per i *topics* relazionati a musei in generale – ha subito una forte impennata nei primi giorni di marzo, seguite da una caduta repentina e alcuni picchi secondari, di gran lunga inferiori. Nei giorni tra l'otto marzo e il 4 aprile, le dimensioni del fenomeno sono facilmente osservabili. Da questi dati si può osservare che i musei si sono collocati molto bene rispetto alla situazione di *lockdown* a partire da ciò che già esisteva, ossia: la possibilità di visitare le riproduzioni digitali delle opere e degli oggetti presenti fisicamente nelle loro sale.

Navigando per i siti

Abbiamo quindi deciso di visitare i siti di alcuni musei di arte italiani per verificare quali proposte sono state sviluppate per attrarre e mantenere l'attenzione dei pubblici. Per fare ciò, siamo entrati, in un primo momento, nel sito del Polo Museale dell'Emilia Romagna⁴, pensando, in questo modo, di rendere più facile la localizzazione delle pagine internet. La scelta è stata fatta per una questione di appartenenza dell'istituzione a cui l'autore è affiliato a questo territorio, anche se ci sono alcuni esempi di altre tipologie di musei che hanno svolto attività interessanti durante il periodo in analisi. Per esempio, un'iniziativa da segnalare è stata quella dei Musei dei bambini di Roma (Explora), di Milano (MUBA), di Verona (Children's museum) e di

³ Il trend è visibile in <<https://trends.google.com/trends/explore?geo=IT&q=tour%20virtuali%20musei>>.

⁴ <<https://www.polomusealeemiliaromagna.beniculturali.it>>.

Genova (La città dei bambini), che hanno collaborato per la creazione della *Guida galattica al coronavirus*⁵ per offrire ai più piccoli una narrativa che li aiutasse a comprendere le precauzioni necessarie a fronteggiare il virus.

Il primo museo della lista con cui ci siamo confrontati è stato la Pinacoteca Nazionale di Bologna. Sul sito del polo, tuttavia, non è riportato l'indirizzo del sito, ma solo la pagina Facebook⁶, questione che, secondo noi, andrebbe discussa più approfonditamente, nella misura in cui un'istituzione pubblica offre, come primo accesso, la pagina di un *social media* di carattere privato. Siamo dunque entrati nella pagina Facebook, per osservare i post pubblicati dalla Pinacoteca a partire dal 9 marzo, quando appare l'annuncio dell'adesione alle disposizioni nazionali per la chiusura di musei, gallerie, parchi archeologici, teatri eccetera. Fino al 12 marzo, i post sono tutti rivolti agli utenti perché restino a casa, con l'invito, però, a seguire i *social media*, dove continueranno i racconti sulle collezioni dei musei. Il 12 marzo, dunque, si trova l'invito ad assistere ad una diretta *streaming* sul canale del MIBACT, finalizzata ad una raccolta fondi. Seguono inviti a visite virtuali sia della Pinacoteca stessa, sia più generali, dedicati a artisti ed opere presenti nelle collezioni. Solo il 16 aprile viene pubblicato un post che invita gli utenti a interagire con il mondo delle opere d'arte. Seguendo un *trend* internazionale, si chiede di riprodurre, come nei *tableaux vivant* un'opera d'arte a scelta e di condividerne il risultato su [#lartetisomiglia](#) o su [#artyouready](#), a partire da un repost dal MIBACT. Continuano, poi, i tour virtuali tra le sezioni della pinacoteca e tra mostre realizzate solo virtualmente fino al 14 maggio, quando viene pubblicata una serie di foto, molte delle quali relative alla realizzazione della riproduzione delle opere d'arte da parte del pubblico. Il 15 maggio un post mette in rilievo il Decreto Legge Rilancio mentre il post seguente, del 24 maggio, annuncia la riapertura di quattro siti culturali. Il 26 maggio, praticamente alla vigilia della fase 3, viene pubblicato un post che invita a rispondere ad un questionario sul pubblico dei musei e il Covid 19, di cui però non sono reperibili i risultati, né il questionario stesso è più accessibile:

Il primo di giugno si propone un gioco di riconoscimento degli artisti, seguito dalla soluzione una settimana dopo. Soltanto l'11 giugno si trova un'attività (anche se da remoto) con partecipanti e pubblico, sulla piattaforma *Zoom*, parte di una serie organizzata dalla Fondazione Zeri e dedicata alle "Mostre negate"⁷. Tra l'inizio del *lockdown* e il 2 giugno, dunque, queste sono state le attività proposte dalla Pinacoteca di Bologna attraverso la sua pagina Facebook.

⁵<<https://www.muba.it/files/uploads/2020/03/10/guida-galattica-al-corona-virus-a-curious-guide-for-courageous-kids.pdf>>.

⁶ <<https://www.facebook.com/PinacotecaBologna>>.

⁷<<https://www.youtube.com/watch?v=JX21SGS4rRo&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3qz5wSdlAWP7kP4hBlhBFtHusUK9XdQMlCV5tuPdFNOaMHEN5U5Klmon0>>.

Abbiamo dunque pensato di accedere al sito ufficiale della pinacoteca e verificare se altre iniziative fossero presenti. I risultati sono stati:

- 1) Avviso di chiusura l'8 marzo.
- 2) Pubblicazione di un video dedicato a Guido Reni (presente anche in un post sulla pagina Facebook)
- 3) Avviso di ulteriore chiusura fino al 13 aprile
- 4) Pubblicazione di un *webdoc* Rai dedicato a Raffaello
- 5) Video di presentazione della mostra dedicata ad Alfonso Lombardi.

Complessivamente, su due possibili canali di accesso alla Pinacoteca Nazionale di Bologna (uno dei quali ufficiale, il sito che non viene offerto come link dal Polo Museale, e la pagina Facebook, osserviamo che le attività svolte si sono basate principalmente – se non unicamente – su materiali già esistenti; l'interazione con il pubblico è stata abbastanza limitata; in un'unica occasione si è proposto (e non a partire dalla Pinacoteca, bensì dalla Fondazione Zeri) un evento (da remoto) con presentazioni e con la partecipazione di pubblico. Rispetto allo sviluppo di discussioni con esperti e pubblici sul Covid non ci sono segnalazioni da fare. Il sito della Pinacoteca di Bologna possiede una pagina dedicata alla didattica, ma non si ha notizia di qualsiasi iniziativa rivolta ad un pubblico infantile o giovanile che sia stata svolta durante il periodo del *lockdown*.

Il secondo museo presente sul sito del Polo Museale è il Museo Nazionale Etrusco di Marzabotto. Anche in questo caso, il Polo offre l'accesso alle reti sociali, ma non il link diretto al sito. I post di Facebook, molto meno numerosi di quelli della Pinacoteca, ripetono lo stesso schema: alcune "visite" ai luoghi archeologici e gli avvisi del MIBACT sull'evento di raccolta fondi, sul Decreto Legge e sulle riaperture. Il sito offre solamente informazioni su orari e prezzi.

Abbiamo poi cambiato strategia e siamo entrati direttamente sui siti e le pagine Facebook di alcuni altri musei rilevanti nel panorama della cultura e del turismo:

- 1) MAXXI, Roma. La scelta è legata al fatto che si tratta di un'importante istituzione di fondazione relativamente recente, con una proposta piuttosto varia di proposte e comunicazione per i più diversi pubblici. Il sito del museo non presenta iniziative durante il *lockdown*, ma solo l'annuncio degli eventi cancellati o posticipati. Non sono presenti attività dedicate all'infanzia o ai giovani in tutto il periodo analizzato. La pagina Facebook, d'altra parte, offre un panorama più ampio di iniziative. Oltre alla proposta della serie *#collezionedaascoltare*, in cui alcuni attori visitano e raccontano le collezioni del MAXXI, troviamo varie iniziative di dibattiti dedicati alla pandemia già in aprile. Oltre a presentazioni di vario genere di/su artisti, viene offerta anche una

serie di appuntamenti sull'impatto del Covid 19 sulla nostra vita. La pagina Facebook, per il numero molto alto di post prodotti ogni giorno, riesce di difficile lettura e, per un utente medio, può risultare complicato il recupero delle informazioni, che non sono riportate sul sito ufficiale. Sostanzialmente, la grande quantità di post ne rende difficile la leggibilità e la recuperabilità.

2) CSAC, Parma. La scelta si deve al fatto che l'istituzione sia particolarmente attiva anche in tempi "normali" sulle reti sociali, oltre a permetterci di osservare come opera un'istituzione culturale legata ad un'università (UNIPR). La proposta dello CSAC, che è un archivio-museo dedicato alla contemporaneità, si dimostra una delle più interessanti in termini di attività e proposte durante la fase di *lockdown*. Già il 12 marzo un post della pagina di Facebook offre la possibilità di accedere a una *playlist* musicale, organizzata dall'artista Massimo Bartolini, legata all'istallazione da lui dedicata ai dischi in vinile di Luigi Ghirri, in quel momento chiusa al pubblico. Segue un post in cui si offre il link a Rai Radiotre, dove si parla di Bartolini e della sua istallazione. Lo CSAC propone, durante il *lockdown*, anche *podcast* dedicati non ad artisti o opere specifiche, ma all'archivio e alle sue attività. La serie delle *playlist* si sviluppa lungo tutto il periodo, di fianco all'iniziativa di raccontare opere e progetti dei curatori e collaboratori dello stesso CSAC. A differenza di altri spazi, lo CSAC utilizza poco – e comunque non privilegia – materiali già esistenti, ma sceglie di essere produttore di nuovi materiali. Il 28 aprile offre in streaming un concerto registrato due mesi prima in un altro spazio. In generale, pubblica contenuti inediti. Insieme al MAXXI, è uno dei pochi spazi che accenna ad altri musei o luoghi di cultura (come nel post del 17 maggio, in cui la Presidente dello CSAC illustra la mostra del MAXXI dedicata a Giò Ponti).

Anche il sito appare costantemente aggiornato nei mesi del *lockdown*, offrendo al pubblico l'accesso alle collezioni che, nel frattempo, vengono organizzate.

3) Molti altri sono i musei o luoghi dedicati alla cultura che abbiamo osservato, ma di cui risulta impossibile parlare diffusamente. Uno di questi, però merita di essere menzionato. Si tratta della Galleria di Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo (GAMEC), una delle città più colpite dal Covid 19. La scelta, quindi, è stata in funzione della sua localizzazione, e per il fatto di occuparsi di arte contemporanea. Visitando la pagina Facebook troviamo, come in tutte le altre visitate, l'annuncio della chiusura delle attività al pubblico a partire dell'otto marzo. I due post successivi, inediti fino ad ora nelle altre pagine, sono l'invito ad effettuare donazioni per l'ospedale di Bergamo. Di seguito, un post con una pagina di Repubblica dedicata al dramma vissuto dalla città. Il 15 marzo, un post dedicato all'intervista realizzata da Radio 1 a Lorenzo Giusti, direttore della galleria, in cui si parla di arte, web e della campagna di donazioni per l'ospedale. Lungo tutto l'arco temporale, il Covid è sempre presente nei

post: il 15 marzo, per esempio, si dà l'annuncio della scomparsa dell'architetto Vittorio Gregotti (cosa che, nel campo delle istituzioni dedicate all'arte contemporanea, viene fatta solo il 25 marzo dal MAXXI, senza relazionare la sua scomparsa con il Covid, mentre lo CSAC non fa riferimento all'avvenimento).

Il 20 marzo, la pagina Facebook annuncia la nascita di Radio GAMeC, piattaforma per lo streaming della galleria, che entra in attività tre giorni dopo. La radio proporrà vari interventi di personaggi della cultura, dello spettacolo e dello sport, oltre a portare avanti la campagna di donazione.

Oltre alla radio, un post del 2 aprile annuncia la programmazione di "videolaboratori" con i servizi educativi della galleria. È la prima volta che troviamo la proposta di un'attività dedicata a bambini e ragazzi. Anche il 7 aprile si trova un post dedicato alle attività didattiche disponibili sul sito della galleria. È anche la prima volta che un post di Facebook rimanda a quella che è, a tutti gli effetti, la pagina istituzionale di una istituzione. Nessun altro caso di pagina Facebook invita ad usufruire del sito e degli strumenti che esso offre.

È anche vero che ci sono casi di musei in cui il sito ufficiale è praticamente inesistente e assai poco sviluppato. È il caso del Museo Nazionale Etrusco di Marzabotto, menzionato prima. Se si entra nel sito, si trova l'avviso qui sopra riportato. Siamo dunque entrati nel sito del Polo Museale e, come riferimento ufficiale del museo etrusco, ancora una volta viene segnalata soltanto la pagina di Facebook. Non esiste un sito aggiornato per questo museo di cui si può dire che è sopravvissuto alla pandemia, senza ulteriori possibilità di analisi

Altre attività vengono svolte o proposte dalla GAMeC durante il *lockdown*: lo *streaming* dell'*Artists' film international* (7 aprile), la presentazione dell'animazione di Jenny Holzer realizzata specialmente per la galleria, sempre a sostegno della campagna di donazioni, una nuova campagna di raccolta fondi, gli *Art talks*, conferenze gratuite online sempre a cura dei servizi educativi.

Il 29 aprile compare un post che annuncia la scomparsa di Germano Celant – sempre a causa del Covid -, e, nuovamente, né il MAXXI né lo CSAC né le altre pagine visitate fanno riferimento alla scomparsa del grande critico e curatore.

Il 14 maggio un post annuncia che la GAMeC sarà il destinatario delle produzioni che l'[#artistsfilmrecoveryfund](#) sosterrà. A quanto pare, il lavoro di far funzionare un museo durante la pandemia, mantenendo la stessa al centro delle attenzioni sembra aver reso dei buoni frutti.

Il senso della “fine”: alcune considerazioni (non definitive)

L'informazione - ciò che è veramente significativo per la sopravvivenza del sistema - non si materializza più (o solo) in quello che chiamiamo "oggetto informatore": qualcosa catturato dalle nostre istituzioni di memoria o conservati in potenti database (nel caso dei musei, nelle loro riserve tecniche). È, infatti, il comune linguistico, affettivo, relazionale, culturale, cooperativo prodotto dalle interazioni tra tutti gli attori contemporanei: un'informazione che qui chiameremo “biopolitica” (poiché legata al vivente in quanto tale - creativa, comunicativa, affettiva, relazionale, produttiva - e cultura in azione), che è diventata la principale fonte di produzione di valore e, quindi, la “nuova frontiera” da colonizzare/commercializzare dal capitale.

Di fronte al cambiamento paradigmatico rappresentato dalla pandemia, il museo così descritto si trova potenzialmente in un momento di inflessione e, quindi, punta all'emergere di un post-museo, un museo al di là di ciò che intendiamo di come tale cognitivo si trova di fronte a informazioni biopolitiche; se la globalizzazione dà origine all'idea di comune; se la crisi generale del progetto moderno fa sorgere la figura politica e sociale della folla/della sua assenza, allora l'analisi e la comprensione del ruolo del museo nella contemporaneità esige che si proceda oltre dei suoi presupposti moderni, incorporando concetti e strumenti teorico-concettuali tali da consentire di discutere quattro dei suoi principali elementi costitutivi, vale a dire:

- a) la sua istituzionalità,
- b) a chi è destinato (in considerazione del possibile passaggio da un pubblico spettatore composto da singoli individui ad una molteplicità di agenti composta da singolarità e divenire),
- c) cosa si propone di musealizzare (in vista del possibile passaggio dalla significatività focalizzata su un oggetto-informatore a informazione biopolitica immersa in dinamiche infocomunicative in atto) e
- d) dove avviene la sua azione (in caso di eventuale passaggio dallo spazio contenitore - edificio, territorio delimitato da museo o anche sito web) a un contenuto-territorio, un territorio ridimensionato, in quanto formato da una rete di reti).

In conclusione, possiamo osservare alcuni aspetti che si sono presentati attraverso la documentazione online analizzata. Pensiamo ai musei, come definiti da ICOM⁸ – ma questa definizione è, oggi, oggetto di dispute accese -: sono istituzioni

⁸ <<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>>.

aperte al pubblico, impegnate con il patrimonio dell'umanità dal lavoro sulle collezioni alla loro comunicazione, attraverso la ricerca e la conservazione.

Il museo che dialoga con lo spazio in cui è inserito, sia esso un quartiere, una città o uno spazio simbolico, è diventato un tema molto studiato dalla letteratura che ne discute i significati e le funzioni, dalla sua ontologia ai compiti esecutivi in esso realizzati, attraverso le sue funzioni sociali, storiche, politiche e economiche. Secondo vari autori, tra cui Castells (2004), il museo è uno spazio strategicamente organizzato che manifesta valori che caratterizzano l'universo semantico di una società, o di parte di essa, o alcune delle sue specificità. Luogo di discorsività come dispositivo per la produzione di verità, di estensione, determinazione e alterazione dei significati, oggetto spaziale di indiscutibile valore simbolico nel tessuto urbano, ma anche tempio del tardo capitalismo, il museo occupa ancora una posizione privilegiata sia nella presentazione che nella comunicazione dei suoi contenuti, nonché nella produzione e collocazione critica di nuove discorsività. Così, ponendo le basi per la polifonia dei testi nella semiosfera museale, si possono osservare le modalità attraverso le quali comunità / culture (o parti di esse) pensano e trattano i loro segni, cucendo il rapporto tra segni e realtà. Il museo, quindi, come luogo / spazio dove il senso è prodotto dalla confluenza e dall'intreccio di linguaggi diversi che collaborano secondo una semiotica sincretica, produce particolari espressioni modulate per produrre effetti di sensi unitari e globali. A questa idea di museo, però, sono pochi in realtà gli spazi che hanno corrisposto durante la fase più acuta della crisi sanitaria.

Si suppone che musei e monumenti esitino per impedire la "fine". Ogni museo, ogni archivio e memoriale ci parla della fine come di qualcosa che può essere "rimandato", evitato, proprio perché il museo, l'archivio e il memoriale esistono per impedirla. Ma quando il museo fugge a questa logica che lo sostiene, viene meno al senso stesso della sua esistenza. Riflettere sulla fine individuale o collettiva, sia attraverso gli elementi immaginari che illustrano l'idea di Apocalisse, o confrontarsi con le testimonianze storiche delle catastrofi ci porta ad osservare le maniere spesso contraddittorie con cui i traumi vengono rappresentati. Nel dialogo sulla morte di Socrate, Platone ci parla dell'espressione filosofica della paura della fine, intesa come sparizione del *logos* di fronte alla morte, condizione in cui la catastrofe è quella del linguaggio, privato di senso di fronte all'impossibilità di rappresentazione. La fine non trova altre parole che quelle di coloro che non ne hanno esperienza. Ciò che però mette definitivamente in scacco il *Logos*, la catastrofe del linguaggio, è l'ipotesi della fine dei tempi. Ciò che permette di affrontare questo abisso è il mito, come possibile racconto dell'Immaginazione, che diventa tempo narrativo, resoconto di un tempo infinito, ma fermo, del tempo, e non della fine, che è la sua inconcepibile assenza.

Il passo che segue questa riflessione coinvolge musei e archivi, che sono potenziali poli di “riverberazione”, in grado di dialogare con utenti e pubblico, potendo agire sulla diffusione di informazioni ampiamente attendibili, diffondendo conoscenze scientifiche e culturali. Ma l’esperienza del *lockdown* ha mostrato una certa resistenza da parte dei musei a fare ciò. Pochissimi sono stati i luoghi che si sono effettivamente attivati per offrire al pubblico dibattiti, discussioni che partissero dalla situazione vissuta dagli operatori stessi e dai loro pubblici e che discutessero sé stessi e il loro ruolo in un momento di crisi mai affrontato prima. La rete dei musei si è rivelata quasi inesistente o inefficace: ogni museo ha operato da solo, senza interagire con gli altri, senza rendere più visibile il materiale che poteva aver la capacità di coinvolgere i pubblici. Solo la GAMeC ha fatto la scelta di partire dalla realtà, quella di una delle città simbolo della crisi sanitaria, le cui immagini di colonne di camion militari che trasportavano i corpi dei morti in altre città hanno fatto il giro del mondo, e ha proposto di pensare il come e il perché della sua funzione di luogo d’arte non separato e non autonomo rispetto agli avvenimenti che lo circondavano. Mentre i grandi musei italiani hanno attinto a ciò che avevano già, cioè alla loro virtualità pre-pandemica, in attesa soltanto della riapertura, “passando il tempo” della crisi come una deviazione da ciò che consideravano la normalità, senza eleggerla come parte strutturale della storia, senza riflettere sulla funzione stessa che il museo può e deve svolgere, alcune esperienze all’estero hanno mostrato strade possibili. Il 4 aprile, infatti, un articolo su Internazionale segnalava che vari curatori di musei danesi, svizzeri, croati e finlandesi hanno cominciato a documentare la situazione quotidiana nelle varie città, in alcuni casi lanciando appelli ai cittadini perché facessero lo stesso. La loro preoccupazione, così come quella dei curatori del Victoria & Albert Museum di Londra, era quello di una *rapid response collecting*, cioè la raccolta di materiali e documentazione che permetta, in futuro, di studiare questo momento ma anche di allestire mostre e spazi dedicati al trauma e alla sua elaborazione. Il museo ha presentato quindi *Pandemic Objects*, un’esposizione virtuale sui nuovi significati che gli oggetti di uso quotidiano hanno assunto durante la quarantena. Il Museo della città di Vienna, invece, ha raccolto 1800 foto per documentare la pandemia per le generazioni future.

In Italia, però, tutto questo non ha fatto parte delle proposte né dei musei, né degli archivi e neppure delle biblioteche. La possibilità di costruire “inventari” digitali, vere e proprie compilazioni “bibliografiche” che permettano di recuperare l’accesso a quelle che sono state le immagini del *lockdown* non è sorta in nessun momento, durante il *lockdown*. Si pensi anche solo all’ampio repertorio delle pubblicità televisive, adattate al motto #iorestoacasa, ai molti programmi radiotelevisivi dedicati alla divulgazione scientifica e culturale, ma anche alle fotografie e video prodotti per illustrare, interpretare e documentare la crisi: non c’è stato un movimento in questa direzione da

parte delle istituzioni e degli operatori culturali. Quello che si è potuto osservare è stata questa “sospensione” del tempo, la costruzione dell’attesa di un ritorno alla normalità. Questa “normalità”, però, è comprensiva del fatto che le visite in un museo o esposizione devono essere sottoposte a controlli rigidi e a tempi prestabiliti, elementi che devono essere, a loro volta, considerati e analizzati dalle istituzioni stesse come segno della loro trasformazione. Tutto questo non è, però, stato elaborato dai nostri musei. Molti hanno attinto alle loro quasi inesauribili riserve di passato, in attesa del ritorno alla normalità (i grandi musei, quelli del turismo primario). Alcuni hanno cercato di produrre nuovi “oggetti” (come ha fatto, tra gli altri, lo CSAC). Pochi hanno considerato l’esperienza della crisi e del *lockdown* come un fatto sociale di rilevanza tale da poter incidere sulle loro stesse identità (il caso più vicino a questo è forse quello della GAMeC). Resta comunque il fatto che nessun museo si è soffermato sulla questione della memoria futura. Non sono stati fatti appelli ai pubblici di produrre e conservare materiali. Per quanto ne sappiamo, neanche agli artisti.

In sostanza, abbiamo cercato di comprendere come le istituzioni culturali hanno reagito all'emergenza Covid. Giusto per capirci: durante l'emergenza pandemica, le biblioteche sono state chiuse. Pochissime hanno suggerito / proposto / attuato / svolto alcuna attività per informare / aiutare / coinvolgere i propri utenti. A quanto pare, sono "ibernate" e, in ogni caso, le attività proposte da remoto non hanno riguardato la pandemia, ma hanno continuato con presentazioni di libri o discussioni letterarie, anteriormente svolte in modalità presenziali.

Gli archivi non hanno dato risultati migliori durante il blocco: sono stati chiusi e inaccessibili, senza alcuna proposta alternativa su piattaforma digitale, senza alcuna comunicazione con gli utenti/pubblici, ma neanche con altre istituzioni culturali (musei e biblioteche). Ci sembra che, durante la crisi tra marzo e giugno, la maggior parte delle istituzioni culturali abbia semplicemente sospeso i suoi servizi, oppure abbia attinto ai suoi repertori, senza comunicazione di rete con altre istituzioni, restando sostanzialmente in attesa che la situazione tornasse alla normalità.

I musei, da parte loro, in alcuni casi, hanno cercato di sviluppare, attività online, ma senza presentare sfaccettature di dialogo diretto con la pandemia (ad esempio: mettere in relazione documenti storici / opere d'arte dedicate a precedenti episodi / qualche tipo di discussione o proposta digitale su come le persone o le istituzioni hanno reagito o resistito nell'arte / nella storia / nelle società del passato). I musei, ma in generale i servizi culturali, sono rimasti “al di fuori” degli accadimenti, considerandoli forse un incidente di percorso secondario, da lasciarsi alle spalle al più presto. E invece no, noi pensiamo che la crisi sanitaria e il *lockdown* che ne è conseguito siano stati un evento epocale, capace di fermare intere nazioni ed economie, di chiudere frontiere

che non pensavamo più esistessero. Come conciliare, quindi, la visione di un incidente di percorso con questa realtà?

I grandi e i piccoli musei, in generale, si sono richiusi su sé stessi, senza proporre immaginari e riflessioni più direttamente legati alla “fine” (nonostante le loro collezioni siano spesso ricchissime di oggetti che rappresentano questa fine). Si pensi agli innumerevoli riferimenti letterari che sono circolati come “tracce” di immaginario sulla peste o sulla malattia. Ma da parte dei musei, quest’operazione non è stata realizzata. La pandemia è stata forse un’occasione persa per stabilire una rete effettiva di scambi e di proposte tra le varie istituzioni. Chi ha realizzato qualcosa, lo ha fatto raramente in collaborazione con altri istituti o enti culturali, al punto che non si trova, su internet, una solida rappresentazione dell’insieme delle iniziative e la loro “documentazione” è fragile, spesso affidata alle pagine dei *social media*: quindi, di cosa stiamo parlando, se non riusciamo neanche, attraverso le ICTs, ad avere una mappa delle esperienze? Come possiamo affermare che, “nonostante tutto”, la cultura è rimasta aperta?

Nella maggior parte dei casi, le nostre istituzioni culturali sembrano essere entrate in una sorta di *stand by* o, alla fine, ha agito "fingendo" che l'epidemia fosse solo una deviazione dalla vita precedente, a cui si attende, ancora, di poter tornare. Dal momento in cui non si può considerare che la pandemia sia terminata, questo nostro testo non può arrivare a conclusioni, ma può solo proporre riflessioni.

L'autrice

Giulia Crippa è professore associato del Dipartimento di Beni Culturali (UNIBO). La sua ricerca si rivolge prevalentemente ai processi di produzione, circolazione e appropriazione della memoria culturale, attraverso lo studio sia delle istituzioni ad essa dedicate, sia dell'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

e-mail: giulia.crippa2@unibo.it

Riferimenti bibliografici

Abend, L 2020, 'Come si documenta una pandemia in tempo reale', *Internazionale* 1353, 10/16 aprile 2020. Available from: <<https://www.internazionale.it/notizie/lisa-abend/2020/04/04/musei-pandemia>>.

Balboni Brizza, M T 2007, *Immaginare il museo: riflessioni sulla didattica e il pubblico*, Jaca Books, Milano.

Bezerra De Meneses, U 2007, 'Os paradoxos da memória', in Santos De Miranda, D, *Memória e cultura: a importância da memória na formação cultural humana*, SESC, São Paulo, pp. 143-155.

Canclini, N G 2008, *Leitores, espectadores e internautas*, São Paulo, Itaú Cultural.

Carrier, D 2006, *Museum Skepticism: a history of display of art in public galleries*, Duke University Press, London.

Castells, M 2004, *La città delle reti*, Venezia, Marsilio.

Clair, J 2008, *La crisi dei musei: la globalizzazione della cultura*, Skira, Milano.

Crippa, G, 2008. 'A máquina protagonista: ensaio histórico sobre tecnologia e pensamento nas coleções barrocas'. In: Hoffman, W. A.M. e Furnival, A. C. (Org.), 2008, *Ciência, tecnologia e sociedade*. São Carlos, Pedro & João Editores, pp. 8-25.

De Certeau, M 1998, *A invenção do cotidiano 1: artes de fazer*, Petrópolis, Vozes.

Hjarvard, S 2015, 'Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias', *Parágrafo*. JUL./DEZ. V. 2, N. 3, pp. 51-62.

Lugli, A, Pinna, G & Vercelloni, V 2005, *Tre idee di museo*, Jaca Books, Milano.

Yudice, G, 2007, 'Economia da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural', in *Oficina Virtual de Economia da Cultura e Diversidade*. Seminário Internacional da Diversidade Cultural, Ministério da Cultura do Brasil, Brasília, pp. 1-14. Available from: http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=george_yudice.