

Università degli Studi di Catania

DOTTORATO DI RICERCA

ESTETICA E PRATICA DELLE ARTI

Ciclo XXIV

Settore scientifico disciplinare di afferenza: M-FIL/04 ESTETICA

TITOLO TESI

Il Museo: dallo Spettacolo allo Spettatore

Dispositivi, Sguardi, Strategie

Presentata da: **MARIA ALBERGAMO**

Coordinatore Dottorato

Prof. Carmelo Strano

Relatore Università di Catania

Prof. Carmelo Strano

Relatore Universidad del País Vasco

Prof. Santos Zunzunegui

A.A. 2009-2011

**IL MUSEO:
DALLO SPETTACOLO ALLO SPETTATORE**

INTRODUCCIÓN p.3

PARTE PRIMA Sul museo e sullo spettacolo

Esergop. 12

Acronimip. 13

Capitolo Primo: Spettacolo e Museo

I.1. Museo e spettacolo un'endiadi contemporanea?p. 14

I.2. L'ambiguità del museop. 18

I.2.1. Definizioni istituzionalip. 25

I.3. Quale spettacolo per il museo?p. 27

I.3.1. Museo e spettacolo tra rappresentazione teatrale ed esperienze di consumo p. 32

I.4. *The superstars museum*p. 34

Capitolo Secondo: Spettacolarità *del* museo e *nel* museo

II.1. La spettacolarità del museo: l'edificio come indicatore di prestigio p. 37

II.1.1 Il monumentop. 41

II.2. La spettacolarità nel museo: la configurazione dell'eventop. 49

II.2.1 Museo globalep. 51

II.2.2. *Blockbuster exhibitions*p. 53

II.2.3. Il valore espositivo..... p. 54

II.2.4. Gli oggettip. 56

PARTE SECONDA:
DISPOSITIVI, SGUARDI, STRATEGIE

Capitolo Terzo: Dal museo moderno al museo contemporaneo

III.1. Un quadro sinotticop. 62

III.2. Il frame p. 66

III.3. "Il catalogo è il sogno di ogni collezione"..... p. 73

III.4. Linearità e spirality della storiap. 79

III.4.1. Un concetto foucaultiano: l'eterotopia e il museop. 81

III.4.2. La narratività dell'articolazione spazialep. 83

III.4.3. Analisip. 86

III.4.4. Narrativa cinematografica: lo spettatore performerp. 92

III.5. L'attualità delle esposizioni: la relazione tra gli oggetti e gli spettatorip. 95

III.6. Relazioni visivep. 102

III.6.1. La frattura dal sacrop. 109

III.7. Sguardip. 111

III.7.1. I dispositivi di visionep. 112

III.7.2. L'archiviop. 117

III.7.3. La proposta teoricap. 121

CONCLUSIONESp. 127

BIBLIOGRAFIAp. 129

INTRODUCCIÓN

La museología contemporánea pasa, durante el último cuarto de siglo hasta la actualidad, por una fase interna de su propio desarrollo, connotada efectivamente por la redefinición de su *status* y por su objeto de investigación.

Después del siglo XIX, una época en la que el museo adquiere rango de excelencia, como expresión de la consolidación del Estado, a través de un modelo de arte elaborado basado en la estética moderna, es hoy una institución muy diferente, profundamente transformada incluso en los presupuestos epistemológicos de la misma museología.

Para quien se acercare actualmente al análisis de las investigaciones sobre el museo, puede no ser de fácil comprensión el identificar un núcleo específico que reúna todas las disciplinas que investigan el fenómeno: marketing, sociología, historia, arte. Entre éstas, pueden encontrarse, desde la reconstrucción histórica de museos específicos hasta las investigaciones sociológicas sobre sus visitantes, desde los análisis filosóficos en torno alla postmodernida, segun las cuales la crisis moderna del museo es paradigmática de una crisis más general de la subjetividad cognoscitiva, hasta los análisis de la evolución actual de la sociedad del espectáculo; desde los museos entendidos como tumba del arte a los impulsos revolucionarios de las prácticas vanguardísticas, de los museos-espectáculo a los museos archivo.

Desde cuando la arquitectura, a partir de la segunda mitad del siglo XX, ha revolucionado el papel urbanístico de los museos, eligiéndolos como “catedrales contemporáneas”, estas instituciones, que todos nosotros, de alguna manera, relacionamos con la difusión del conocimiento científico y con la memoria artística y patrimonial, están en el centro del cambio y suscitan apasionados posicionamientos, a menudo discordantes. Pero no es la primera vez que el museo recibe tales críticas y oposiciones, permaneciendo siempre como un lugar inquietante por su parentesco con el recuerdo, con la muerte, con las imágenes y con la memoria; desde que “nació” como institución moderna, justo después de la revolución francesa, críticos y artistas no han dejado nunca de discutir su significado.

Actualmente, la categoría tradicional de la conservación no es ya suficiente para explicar el fenómeno de la proliferación de museos, de la explosión de tipologías, de la lógica espectacular de las exposiciones.

Definir qué es el museo no es algo inmediato.

En este contexto, sin ninguna intención de exhaustividad, se sitúa el trabajo que presento, que no nace directamente del museo, sino de un problema de metodología y de interdisciplinariedad, o sea, de los instrumentos con los que un tema puede ser indagado y analizado.

Querría partir del título *El museo: del espectáculo al espectador* con el que intento indicar una secuencialidad característica de las prácticas artísticas contemporáneas iniciadas con el gesto de Duchamp (1917) a partir del cual la “artisticidad” de un artefacto no se debe extraer del contenido de la obra, sino de la relación con la mirada del espectador (§). Desde la perspectiva semiótica, el *objet trouvé*, la práctica del *ready-made*, propone, en el interior de un espacio, un contrato de enunciación, indicando, al espectador que observa un objeto, las modalidades en las que el objeto *debe* y *quiere ser* observado.

Estrategias, miradas, dispositivos serán objeto de la segunda parte de la tesis.

Un mérito de las prácticas artísticas vanguardistas ha sido el de explicitarlo, en cierto modo. Y es a partir de esta explicitación que la presente tesis pretende analizar el museo entendiéndolo como enunciado. En este sentido, es indudable que en el museo del XIX, el espectador era un implícito.

Es aquí donde encontramos el espectáculo, ya que la explicitación por parte del actante enunciator colectivo (el museo, o sea, todos los profesionales que trabajan dentro de él) se construye sobre el uso del lenguaje teatral, me refiero a experiencias expositivas como “When Attitudes Becom Form” (Berna, 1969) o “Happening & Fluxus” (Colonia 1970), obras de Harald Szeeman, que en esos años proponían una ruptura contra la exposición museística tradicional llevando fuera del museo las prácticas artísticas, con el intento de desarrollar la relación entre la exposición y el espectáculo.

No es casual, desde una perspectiva específicamente museográfica, que los fenómenos de la “museología del espectáculo” y de la “museología del punto de vista”, como también la

figura del *exhibition maker* —“comisario” en español, *commissaire d'exposition* en francés o el término *curator* para el italiano— surjan precisamente a partir de los años setenta como consecuencia de que la discusión museológica centre su atención en la consideración del museo como un medio de comunicación. Estas dos metodologías museológicas se desarrollan a partir de un tema común fundamental: la *inclusión del espectador*, considerado no ya como un elemento pasivo, sino más bien como un actor, *performer* dentro de una puesta en escena. Sea como visitas guiadas, o como interactividad tecnológica, el fondo común es el de utilizar una plataforma expositiva que se conforma como un verdadero medio. La importancia que en la museología contemporánea ha asumido el momento de la exposición —“Art Exhibitions” indica el espacio en el que los objetos de arte son colocados para ser expuestos al público— para algunos artistas, como el suizo Rémy Zaugg, hace destacar nuevamente el anhelo de la mitología de la exposición pura en la que la exhibición reclama su propia identidad y la liberación del espectáculo.

En términos museológicos significa escoger entre el modelo más convencional del museo moderno, como es por ejemplo la reestructuración del MoMa de Nueva York, obra del arquitecto japonés Yoshio Taniguchi, que transforma la tradición del “cubo blanco” y del MoMa como el museo modernista por excelencia y del modelo de la “estética o arte relacional” (Bourriaud) que presupone un museo concebido en una completa “interactividad”. Veremos que esta última noción es en realidad muy difícil de llevar a cabo (§).

Desde una perspectiva semiótica, de hecho, no puede existir una total heterogeneidad de los códigos de los actores comunicativos (museo y público).

El espectáculo ha alcanzado, por tanto, un giro en las modalidades de exponer y en la concepción del museo, y ha hecho evidentes ciertos mecanismos e ideologías sobre las que se apoyó el museo moderno.

Pero creo que actualmente esta dialéctica puede ser objeto de una ulterior reflexión. Una vez apaciguados los impulsos revolucionarios contra los museos, es el museo mismo el que introduce y fagocita en su interior la espectacularización. Cuando el museo moderno era fuertemente criticado, pensemos en las palabras de Paul Valéry así como en las

oposiciones de las Vanguardias históricas, el sentimiento común era el de una determinada *museofobia* del siglo XIX y de los tres cuartos del siglo sucesivo. Pero a partir de los años noventa del siglo XX esa *museofobia* se transforma en *museofilia*, los museos proliferan, acogen el espectáculo, para proponerse no ya como un templo de las musas, sino como un mercado para el público de masas. ¿Qué sucede?

Por un lado, el grandísimo trabajo de la Unesco sobre el patrimonio incluye en la definición de museo las formas inmateriales de la cultura —tradiciones orales, cocina, vestimenta— cuya exposición comunicativa se traduce en “eventos”, “festivales”, “espectáculos” y la contextual redefinición de *La Nouvelle Muséologie* de Georges Henri Rivière según la cual se considera museo también el territorio (ecomuseo). En síntesis, se produce una amplificación del concepto de musealización: se musealizan los centros históricos de la ciudad para ser preservados, se musealiza el territorio: los lugares patrimonio de la Unesco tienden a tal lógica musealizante. Contextualmente, las prácticas frutivas asumen las lógicas del consumo. Un conjunto de fenómenos que, por la inercia de los hechos, invierte el tradicional significado del museo.

Ahora bien, para una investigación que se sitúa en el dominio de la estética y de las prácticas de las artes, creo lícito partir de una cuestión: si sería posible considerar el museo de arte, actualmente, como un lugar de la *aisthesis* contemporánea.

Esta pregunta está íntimamente ligada a la “pérdida de la experiencia” producida en el seno de la sociedad del espectáculo (Debord 1967). Musealizar equivale, más o menos peligrosamente a espectacularizar: “Todo puede convertirse hoy en Museo, porque este término nombra simplemente la exposición de una imposibilidad de usar, de habitar, de hacer experiencia” (Agamben, 2005: 110).

Ya que la tesis se centra específicamente en el museo de arte, creo pertinente razonar, sobre el fondo de las consideraciones filosóficas que relacionan espectáculo y pérdida de la experiencia, razonar sobre qué tipo de experiencia se puede tener en un museo, dado que un análisis de las “prácticas museales” hace, cuanto menos, problemática la realización del constructo estético de la experiencia estética (§).

Quisiera dedicar, en este punto, una nota explicativa sobre la terminología. Considero que es manifiesto que la perspectiva metodológica de la tesis se propone utilizar los instrumentos elaborados en el campo de la semiótica, en particular de la semiótica del espacio, y considerar el texto museal, en sentido amplio, como un acto comunicativo.

No obstante, mi opinión es que tanto el término “espectador” como la expresión “acto comunicativo” pueden dar pábulo a incomprensiones, en el sentido de concebir el primero (el espectador empírico) como un sujeto estático y pasivo, que se limita simplemente a “mirar” objetos dentro de un acto comunicativo monodireccional (del museo al público), así como por otra parte lo ha sido por mucho tiempo el espectáculo teatral, antes de las revoluciones del siglo XX.

El texto museal no se resuelve solamente en el “comunicar el arte”, sino mucho más eficazmente en la *implementación* de las obras y de sus contenidos, cualesquiera sean (Goodman 2010, Fabbri 2010). Todos los dispositivos, como marcos, pedestales, luces, vídeo-pantallas, paredes, son en cierto modo activadores de las obras, por las que la comunicación es sólo una parte de un proceso más amplio (§). Consiguientemente, intentaré comparar el constructo de la experiencia estética con la noción semiótica, presumiblemente más operativa, de intersubjetividad. Será, por tanto, investigada la naturaleza del objeto de museo, o *musealia*. A diferencia de una práctica como un *happening*, o una acción de arte pública, la práctica que defino como espectacularidad museal, no está caracterizada por la relación entre un *performer* y un espectador, sino entre un espectador, un objeto y una espacialidad. Se trata, por tanto, de definir un objeto museal, de considerarlo no como un simple objeto, sino como objeto expuesto, en relación con otros objetos, en otras palabras, qué significa la performatividad de un objeto.

Por lo que respecta al término “espectador”, creo que, para el presente trabajo, es el término adecuado sólo porque lo considero más neutro. En realidad, deberíamos hablar más de *performer* que de espectador. Ello sucede porque el concepto de espectador está ligado al concepto tradicional del espectáculo teatral y de la representación, a pesar de que actualmente cuando se refiere al espectador no se entiende ya a un sujeto con meras características de pasividad. Por otro lado, el primer modelo de museo, inspirado en esta

gramática espectacular, ha constituido un verdadero estatuto del *spectatorem*, construyendo un tipo de “panóptico espectacular” (Foucault 1975).

Volviendo a la cuestión metodológica, es necesario añadir que considerar el museo como un tipo particular de texto implica que debe ser afrontado uno de los puntos más controvertidos de la disciplina semiótica: la noción de prácticas. En ella encontramos toda una serie de perspectivas diversas e internas de la propia semiótica (semiótica del espacio —epíteto que actualmente ha sido sustituido por la de semiología de la arquitectura— la sociosemiótica, la semiótica de la cultura).

En otros términos, el concepto de práctica se relaciona con el ámbito de las semióticas sincréticas. El texto museal, en este contexto, es por tanto paradigmático, porque en él están contenidas múltiples sustancias de la expresión. Es importante subrayar este punto de partida epistemológico: no existen lenguajes específicos (la semiótica es la disciplina que estudia los procesos de significación), es importante, por contra, la articulación de sentido que estos conforman; en el análisis de los textos no nos topamos jamás con un texto dado en una autonomía monosustancial, no existen textos que no representen semióticas sincréticas (Calabrese 2010). La articulación espacial puede ser considerada un lenguaje (Marrone 2001) ya que marca recorridos y espectadores por los que el sentido real de un espacio surge de una negociación continua entre el proyecto y las prácticas de quienes lo recorren.

Por tal motivo, la cuestión de la experiencia estética será analizada dentro de las prácticas museales para verificar la imposibilidad de que, en el museo, se puede tener una experiencia estética pura.

Otro aspecto de la tesis es el tema de la interdisciplinariedad. Intentaré (lo que no equivale a decir “lograré”) evitar el peligroso e ineficaz eclecticismo. La interdisciplinariedad se ha revelado ciertamente como una de las exigencias más en boga durante la primera fase de la investigación, nacida del intento de indagar el museo como “acto comunicativo”, como se ha dicho, y por tanto desde perspectivas disciplinarias alternativas respecto a las tradicionales categorías de la museografía de primera generación o de la historia del arte. Sobre el museo, en este sentido, existe una copiosa y exuberante bibliografía proveniente

de la sociología, de la antropología, como naturalmente de la historia del arte y de la arquitectura.

Un discurso aparte merece la museología, citada, por obvias razones, constantemente durante toda la lectura de la tesis. Consiguientemente, la investigación ha significado tomar precisas elecciones metodológicas y disciplinarias.

Por su característica estrechamente eurocéntrica se ha revelado un ámbito de investigación privilegiado de los *Cultural Studies* en la medida en que el museo ha dado pábulo a problemáticas de carácter postcolonial y a la presunta posibilidad de legitimar una expresión como “arte no occidental”. Se trata de investigaciones multidisciplinares en las que es negociada nuevamente hoy no solamente una redefinición o reubicación cultural del concepto de museo, recapitulable en la fórmula de “Museo: ¿templo o foro? (Cameron 1971), a lo que podemos añadir: “Museo: ¿medio de comunicación?” (Silverstone 1995), sino también la eficacia y la pertinencia de una específica metodología de investigación.

Por consiguiente, proceder con la investigación ha significado realizar precisas elecciones metodológicas y disciplinares. La opción es la de la semiótica, pero frente a la complejidad de la contemporaneidad, que para el museo significa medirse con cuestiones como la globalización del arte, la interculturalidad, con la reubicación urbana de los edificios, con la musealización como “enfermedad postmoderna de la memoria” (Huysen), creo que una perspectiva original debe residir en los espacios de confín y traducción donde se concretizan los encuentros, en nuestro caso, en los confines que separan una exposición museal de un espectáculo, por mucho que estén caracterizados ambos por la prosecución de un efecto estético. Esta es la exigencia originaria de este trabajo, que como también se ha dicho, no nace de una reflexión directa sobre el enunciado, dirigida a definir “qué es el museo”, sino más bien sobre la enunciación, interrogándose sobre la función narrativa y operativa (De Certeau, Lozano).

El objeto de análisis de la tesis es el museo de arte, pero será bueno advertir desde ya que la oposición más general entre arte y ciencia no tiene razón de existir y que, cuanto menos, será más detalladamente articulada: desde el punto de vista museal, la exposición, tanto de arte como científica, produce y socializa un conocimiento, fruto de investigación y

creatividad. El museo, también el de arte, surge de exigencias “científicas” —sintetizables en un *deber-ordenar*— que de estructurales devienen, desde el principio, marcas axiológicas. Esta división entre museos científicos y artísticos, por otra parte, no ha existido siempre, pero refleja, al contrario, uno de los motivos por los que el museo, como estamos habituados a considerarlo, es fruto de la modernidad.

Por tanto, la diacrónica se intersecará con una sincrónica y se reconocerán las que podremos definir “formas de representación museales” como el archivo y la ruina; “matrices conceptuales” como el *tesoro* y el *coleccionista*; algunas perspectivas de análisis: - *El museo como dispositivo* – *El museo como frame* – *El museo como medium* – *El museo como modo de ver* – que, sin ninguna intención de exhaustividad establece un modelo ideal, contribuyen, en cierta medida, a encarnar toda la tesis

La tesis no analiza un museo específico, sino que utiliza un corpus heterogéneo que incluye imágenes, representaciones de museos y discursos sobre museos.

No obstante, en razón del hecho que este trabajo ha sido elaborado también, durante un periodo de seis meses, en la Universidad del País Vasco, el Museo Guggenheim de Frank Gehry en Bilbao, del que, por otra parte, se dispone de una riquísima bibliografía, constituirá, como museo-espectáculo, un elemento constante de referencia del corpus.

PARTE PRIMA

SUL MUSEO E SULLO SPETTACOLO

Esergo

Nel 1683 viene fondato a Oxford l'*Ashmolean Museum of Art and Archeology*, che si origina dalla collezione pubblica dell'Università. Il concetto di museo pubblico e istituzionale si sviluppa nel periodo compreso tra il XVII e il XVIII secolo, per istituzionalizzarsi nel corso dell'Ottocento. Diversi autori considerano l'Università di Oxford la prima istituzione che si preoccupa di erigere un edificio per conservare ed esporre la propria collezione.

Nel 1785 un nobile viennese, di nome Von Rittershausen, critica l'ordine cronologico con cui si esponevano le pitture nel museo (Belting 2006).

Il 10 agosto 1793 viene inaugurato il "museo illuminista": il Louvre. Fu la Convenzione, dopo la caduta della Monarchia, a istituire con un decreto del 27 luglio 1793 il «Museo centrale delle Arti». Un trentennio dopo Georges Bataille scriverà: **"Secondo la Grande Encyclopédie, il primo museo nel senso moderno della parola (cioè la prima collezione pubblica) sarebbe stato fondato il 27 luglio 1793, in Francia dalla Convenzione. L'origine del museo moderno sarebbe dunque legata allo sviluppo della ghigliottina"** (Bataille 2009: 177).

Nel 1805, Quatremère de Quincy redige le *Riflessioni morali sulla vera destinazione delle opere d'arte*, criticando l'apertura al grande pubblico dell'arte da parte di musei (Belting 2006).

A Berlino nel 1828, viene ultimato l'*Altes Museum*, l'architetto è il tedesco Friedrich Schinkel. In quegli stessi anni Hegel teneva le sue lezioni e teorizzava la "morte dell'arte e la nascita dell'estetica".

Nel 1850, il critico Théophile Thoré definisce il museo il "cimitero dell'arte". Ventisette anni più tardi Emile Zola ne *L'Assommoir* racconta una parodia feroce contro il fenomeno del museo.

Filippo Tommaso Marinetti, nel Manifesto del Futurismo del 1909, scrive: "Vogliamo distruggere i

musei, le biblioteche e le accademie di ogni tipo". Nello stesso anno in cui a New York viene fondato il MoMA, *Museum of Modern Art*, Paul Valéry scrive **"Non amo troppo i musei [...] non so più cosa sia venuto a fare in queste solitudini cerate, che ricordano il tempio e il salone, il cimitero e la scuola [...]."**

Con il MoMA, nel 1929, nasce il concetto di museo come *white cube* e con esso la storia formalista dell'arte moderna. Nel 1947, nel *Musee del Jeu de Paume, Jardin des Tuileries* vengono esposte le opere degli impressionisti che non possono esporre al Louvre.

Nel 1977 a Parigi viene inaugurato il "museo del postmoderno", il Centre National d'Art et de Culture

Georges Pompidou. Jean Baudrillard lo definisce un "monumento di dissuasione culturale".

Nove anni dopo una stazione ferroviaria del 1900, ristrutturata dall'architetto Gae Aulenti: il *Musee d'Orsay*. Nel 1997 viene concluso il "museo della globalizzazione": Il *Museum Guggenheim di Bilbao* che

dispone di 11.000 metri quadrati. Hal Foster scrive che il museo bilbaino espone "soprattutto il proprio valore di spettacolo".

Negli anni 2000 sembrano emergere, sugli altri, due modelli contrapposti di museo: museo-spettacolo o museo-archivio?

ACRONIMI

AAMD: *Association of Art Museum Directors* <http://www.aamd.org/>

ICOM: **International Council of Museums** (Viene istituito, viene istituito, come organizzazione integrata all'UNESCO nel 1946)

ICOFOM: **International Council of Museology**

ICOMOS: **International Council of Monuments and Sites**

SL: **Second Life**

TIC: **Tecnología de la Información y la Comunicación**

UNESCO: **United Nations Organization for Education, Science and Culture**

CAPITOLO PRIMO

Spettacolo e Museo

1.1. Museo e Spettacolo: un'endiadi contemporanea?

Questa figura retorica dell'endiadi costituisce il fulcro dell'analisi condotta in questa tesi dottorale, il cui scopo è quello di rendere conto dei meccanismi sociali e simbolici che giustificano la pertinenza di relazionare i concetti di museo e di spettacolo.¹ Avrei potuto porre la questione tramutando la congiunzione in verbo e scrivere "Museo è spettacolo" facendo a meno del punto di domanda e operando, in tal modo, un'asserzione di tipo affermativo. Entrando in *media res*, mi propongo di esplicitare come effettivamente questa seconda affermazione sia più verosimile e più confacente al processo di costituzione, storico e occidentale, del concetto di museo. Introduco immediatamente un primo elemento come risultato e realizzazione del processo di riflessione all'interno di questa ricerca: lo spettacolo è accostabile al *fatto museale* soltanto nel periodo in cui il Museo si costituisce come frutto

¹ Tanto il museo quanto lo spettacolo possiedono la doppia capacità di agire sia sulla dimensione dei processi simbolici che su quella dei processi sociali. Queste due specificità appartengono tradizionalmente alla definizione di medium: secondo Marshall McLuhan (1967), i media sono allo stesso tempo "mezzi di rappresentazione" e "mezzi di relazione". In tal senso Casetti (1999: 10) scrive che "[...] la dimensione rappresentativa e la dimensione relazionale non sono separate. Un medium stabilisce un sistema di relazioni non solo perché mette in contatto degli individui, ma proprio perché li mette di fronte a, e fa loro condividere, una serie di rappresentazioni; è il fatto di confrontarsi con delle "immagini di mondo" che porta alla luce convergenze o divergenze, vicinanza o estraneità [...] Dunque mezzi di rappresentazione e di relazione. I media sono sempre due. Anzi tre. Essi infatti sono anche mezzi: e cioè dispositivi tecnologici, macchine per la comunicazione [...]".

Gli autori che analizzano il museo come un medium di comunicazione sono diversi, cito, tra gli altri, Silverstone (1994); Huyssen (1995); Eco (1990); Glusberg (1980); quest'ultimo, ad esempio, applica ai musei le categorie proposte da McLuhan tra "media caldi" e "media freddi". Tuttavia, per evitare inesattezze, in questo lavoro, quando sarà possibile, ritengo più pertinente utilizzare la nozione di tradizione foucaultiana di dispositivo, (affine, peraltro, a quella di medium), nella specifica accezione sviluppata da Giorgio Agamben (2006).

della modernità e sino agli anni '60 del XX secolo. A mio parere, gli sviluppi e i cambiamenti che il concetto di museo attraversa dalla fine del secolo appena trascorso ad oggi, non permettono più di accostare il fatto museale al significato di spettacolo, o per meglio dire, lo spettacolo, non è più sufficiente a spiegare le nuove forme di musealità. Mi prefiggo, pertanto, di sviluppare l'idea secondo cui museo e spettacolo sono co-originari - il museo nasce per essere spettacolo - e che solo in un secondo tempo il vincolo originario tra museo e spettacolo diviene via via sempre più conflittuale, per arrivare sino ad indicare oggi fenomeni diversi dal concetto di *mise-en-scène*, in cui il termine "spettacolo" sembra più lecitamente assimilabile a "spettacolarizzazione". *Mise-en-scène* è d'altronde un'espressione utilizzata nel teatro e nel cinema, assimilabile all'inglese *staging*, o messa in scena, per indicare tutto ciò che accade (azione nel tempo) e tutto ciò che si trova (elementi nello spazio) all'interno di una scena, che originariamente si chiamava, non a caso, "quadro", nel senso di "inquadratura", per indicare i limiti di un incorniciamento spazio-temporale. Nel cinema, con l'espressione *mise-en-scène*, si fa riferimento a tutto quello che lo spettatore vede e, quindi, a tutto ciò che si trova davanti alla macchina da presa: set, oggetti, attori, movimenti degli oggetti e degli attori, illuminazione; in altre parole la scenografia o il paesaggio. Lo spettacolo, cioè, reca nella sua concettualità il concetto di una *rappresentazione* che invece la spettacolarizzazione o la spettacolarità non possiedono; e anzi si può dire che spettacolarizzazione e spettacolarità sono, al contrario, conseguenze della perdita del concetto forte di rappresentazione su cui si è basata l'episteme della modernità e sulle cui basi è nata la cultura del Museo. Anzi, dirò in maniera più determinante, che nuove forme di musealità sorgono proprio quando finisce il modello dello spettacolo all'interno del Museo. Le iniziative che, soprattutto negli ultimi anni, vengono realizzate da parte di tanti musei europei e non solo, allo scopo di aumentare l'efficacia della fruizione museale sono diverse e la "spettacolarizzazione" è una di queste strategie, che, in tal senso equivale ad un'azione volta a sottolineare caratteristiche eccezionalmente comunicative di un evento. Questo oggi accade molto spesso nel circuito comunicativo di una mostra o di una visita museale, e presentare con modalità sensazionalistiche una mostra d'arte non esclude, in linea di principio, che la mostra possa promuovere il valore conoscitivo dei suoi contenuti;

ma, in questo caso, l'ambito cui si riferisce la spettacolarità è quello informativo, mediatico; è il momento finale, quello della comunicazione di un evento. La narrativa spettacolare (se c'è una narrativa spettacolare) riguarda semmai l'esposizione, l'exhibition, ossia la piattaforma espressiva diretta, come già diceva Diderot a proposito dei *Saloon*, agli spettatori.

In tal modo, ho circostanziato due dimensioni spettacolari che verranno sviluppate: quello mediatico proprio della costruzione dell'evento e quello dell'esposizione.

Il Museo invece, nasce come spettacolo, come detto poc'anzi, ma ad un certo momento, nella storia dei suoi due secoli di "rinascita moderna", questa specificità si perde. Vanno individuati pertanto il momento in cui si produce questa rottura, le modalità con cui si è esplicata e gli ambiti culturali - artistici, sociali, economici - da cui sono provenute queste istanze di cambiamento nell'ambito del Museo.

Rispetto alle istanze che provengono dall'arte, quando la letteratura artistica sottolinea il ruolo incisivo delle provocazioni delle Avanguardie storiche contro il modello del museo decontestualizzatore, all'interno di questa prospettiva che vado proponendo, la critica delle Avanguardie può essere riletta non come la rivolta al Museo in sé ma allo spettacolo, o, per meglio dire, al Museo quando si ispira alla messa in scena teatrale. I musei assimilati *tout court* ai cimiteri da Marinetti, nel 1909, sono costrutti culturali di un processo ben più ampio che si origina nella crisi della modernità e nelle trasformazioni della rappresentazione che l'ha espressa.

La "messa in scena", tipica dello spettacolo, in questa tesi, viene altresì inserita nell'ambito della più vasta riflessione sul significato che la "società dello spettacolo" (Debord 2008) può significare per il museo. In tal senso, con la congiunzione che unisce museo e spettacolo, intendo indicare più il prodromo attuale di uno scontro che non di un incontro, così come era in origine.

La seconda parte della questione dice "un'endiadi contemporanea?", e pone un punto interrogativo. La domanda infatti può essere interpretata in due modi: "Si tratta di un'endiadi sorta nella storia più recente del museo?" oppure: "Tale endiadi è contemporanea o possiamo stabilire che risalga ad un periodo molto più anteriore?".

In effetti la risposta è stata già anticipata, quando affermo che museo e spettacolo sono originari, ma la domanda non è oziosa perché museo e spettacolo potrebbero sembrare due concetti distanti tra di loro. Difatti potremmo essere portati a pensare che l'unione del concetto di museo e di quello di spettacolo sia *soltanto* un fatto degli ultimi trent'anni e che il loro rapporto si costituisca a partire dall'architettura.

Diversi autori utilizzano difatti l'espressione "musei dello spettacolo" per indicare i grandiosi edifici che rivendicano per sé lo statuto di opera d'arte: i "musei-monumento" o "musei-opera di se stessi", ossia la tipologia di musei altrimenti detti del post-Pompidou (Mairesse 2002), che, con qualificazione negativa, vengono definiti *luoghi di consumo e intrattenimento per un pubblico di massa o turistico*, musei della pubblicità, musei-logo, o "McGuggenheim" in riferimento alla politica mercantile delle sedi dei Musei Guggenheim e di cui l'edificio di Frank Gehry a Bilbao, ultimato nel 1997, è ormai considerato il prototipo di un fenomeno urbanistico di più ampia portata.

D'altra parte dobbiamo attestare un altro uso del termine nell'ambito delle "esposizioni-spettacolo" (Hernández 1998), promosse soprattutto dalle politiche culturali americane tra il 1970 e il 1980, il decennio in cui sono sorte le mostre itineranti.

Il fattore su cui voglio focalizzare l'attenzione, con queste osservazioni, risiede nel fatto di come, a fenomeni differenti e che si riferiscono a livelli teorici distinti – uno prettamente architettonico (contenitore) e l'altro riguardante proposte fruibili legate alle nuove tecnologie (contenuto) – venga accordata la polisemia di spettacolo.

A questo punto, nell'analisi di ricerca, si è posta pertanto l'esigenza metodologica di fare chiarezza e di delimitare un *punto di vista* sulla nozione di spettacolo anche perché essa deve essere riferita ad un altro oggetto, altrettanto ambiguo come quello di museo.

Nella consapevolezza che scegliere un punto di vista suppone sempre assumersi un grado di rischio, ho proceduto optando per un elemento comune, comunque sempre presente pur nella variegata dimensione di significati sia dello spettacolo che del museo.

Tale elemento è lo spettatore.

Ma prima di procedere all'analisi della dialettica museo-spettacolo-spettatore è necessario esplicitare in cosa consista quella che poco sopra ho indicato come ambiguità del Museo.

1.2. L'ambiguità del museo

Cos'è il museo?

Ad una domanda diretta come questa, prescindendo per il momento dalla definizione istituzionale ICOM-UNESCO,² [TABELLA 1] possiamo rispondere che il museo è un "oggetto teorico" e culturale complesso.

Eccettuare temporaneamente la definizione istituzionale risponde all'esigenza di focalizzare un grado zero, per così dire, del museo e quella dell'ICOM, frutto delle medesime rielaborazioni concettuali che stiamo cercando di sceverare, contiene il concetto di patrimoni, intimamente collegato alla definizione istituzionale di museo. Anche il concetto di patrimoni, difatti, va considerato non come dato in sé, ma come risultato di un processo storico e concettuale.

Partiamo dunque dal considerare l'oggetto teorico della ricerca: sostenere che il museo sia un oggetto teorico non equivale ad escludere dalla ricerca e dalla riflessione le pratiche sociali, artistiche che avvengono e sono avvenute al suo interno. È anzi vero il contrario perché, proprio nel caso del museo, la teoria si origina sempre da problemi di ordine pratico – *come esporre – quale tipo di luminosità utilizzare – come collocare gli oggetti* – che non a caso sono inerenti ad una specifica disciplina, la museografia. Inoltre dall'ultimo ventennio del secolo scorso ad oggi il museo si è rivelato un vero e proprio paradigma culturale, uno di quegli oggetti d'analisi che possiedono *autonomamente* le norme di costituzione e di auto-funzionamento: un oggetto teorico nel senso in cui ne parla Hubert Damisch (1998), lo storico dell'arte francese che ha dedicato la sua riflessione all'oggetto teorico riferendo questa sua formulazione alle opere d'arte.

² L'*International Council of Museums* (ICOM) è l'organismo internazionale, istituito in seno all'Unesco, che riunisce i professionisti attivi nei musei, promuove attività e scambi internazionali, ricerche e dibattiti sui musei e sul patrimonio. Istituito dopo la Seconda guerra mondiale, nel 1946; all'ICOM viene riconosciuto il ruolo di aggiornare la definizione di museo, sulla base dei mutamenti delle società. Oltre ai comitati internazionali esistono anche i comitati nazionali. Il primo convegno avvenne a Parigi (dove ha sede l'Unesco) nel 1948.

Il museo, pur non potendo considerarsi un'opera d'arte *strictu sensu* perché assolve a molteplici funzioni, in base alla formulazione di Damisch, si rivela però un oggetto teorico di grande interesse: possiede, da una parte, la propria critica esterna e dall'altra contiene tutti gli elementi che lo strutturano e lo costituiscono. Il museo presuppone cioè una concettualità autoriflessiva e quindi una metasemiotica,³ ed essendo allo stesso tempo anche una pratica sociale, può essere esaminato sotto il profilo di una sociosemiotica.

In questa tesi svilupperemo un preciso punto di vista, quello che ho definito come il problema dello spettatore, derivante dalla scelta di analizzare il museo come un fatto comunicativo e rendere conto del rapporto tra spettacolo e museo.

Tuttavia non si può non rilevare un'ambiguità di fondo del museo, derivante dalle differenti funzioni che hanno determinato il suo sorgere e che ne condiziona il medesimo atto comunicativo.

La complessità del museo è la sua contraddittorietà (Fabbri 1990) e deriva dal fatto che esso ha rivestito, tradizionalmente, delle funzioni tra loro difficilmente compatibili: funzioni conservative ed espositive allo stesso tempo, distruttive e ricostruttive.

Rilevandone la specificità contraddittoria dal punto di vista dello spettatore, lo storico dell'arte Ernst Gombrich la compendia nella formula dell'*Ars Poetica* di Orazio *aut prodesse volunt, aut delectare custodes*:

“Come gente di museo voi volete o giovarci o dilettarci [...] è veramente sorprendente che esistano istituzioni in grado di conciliare questi fini divergenti; ma aggiungerò che tale conciliazione non si può dare per scontata, anzi che deve essere vista come un problema di non facile soluzione.” (Gombrich 1986: 219).

Le contraddizioni su cui poggia l'istituzione - l'ente sociale museo - pertengono dunque a diversi ambiti: la prima si origina da un problema di legittimazione culturale alla sua nascita moderna, la seconda riguarda la difficile compatibilità tra la conservazione e l'esposizione. Ci troviamo così di fronte ad un oggetto teorico caratterizzato da una

³ La presupposizione dell'auto-riflessione è una condizione necessaria perché si possa parlare di oggetto teorico.

pluralità di livelli addizionali: collezione, archivio, trasmissione, interpretazione, trasmissione di saperi e conoscenze, didattica ed esposizione.

In particolare la coppia oppositiva della distruzione/ricostruzione tocca uno dei punti nevralgici dell'istituzione museale e della sua nascita moderna; per intendere chiaramente il significato della pratica distruttiva il riferimento più importante è guardare alla maniera in cui si è formato uno dei musei fondamentali della società occidentale: il Louvre. È noto che la collezione del Louvre proviene da bottini di guerra e razzie: se da una parte questo momento distruttivo si traduce in un atto violento di separazione tra il mondo e il museo, è anche vero che non potrebbe esistere ricostruzione senza distruzione: la seconda è funzionale alla prima.

A queste contraddittorietà insite nel concetto stesso di museo come luogo fisico, in tempi più recenti bisogna aggiungere un'esplosione di tipologie caratteristica degli ultimi decenni: accanto ai più tradizionali musei d'arte e scientifici, storici o etnografici, grazie alla corrente de *La Nouvelle Muséologie* (Rivière 1989) assistiamo ad uno sviluppo del concetto di musealizzazione connesso a quello di patrimonializzazione e alla nascita di ecomusei, musei comunitari nei paesi postcoloniali e una generalizzata musealizzazione del territorio. Ma a rendere ancora più complesso il museo è il fatto che le classiche funzioni oggi non sono più sufficienti a spiegarne il fenomeno della spettacolarità

Nello specifico di questa tesi, se vogliamo vagliare le ragioni per cui, tanto l'edificio quanto le esposizioni, possano essere classificate come spettacolo, dobbiamo postulare ulteriori funzioni del museo sorte negli ultimi anni, che non le classiche attività della conservazione e preservazione.

Un'altra ambiguità di fondo, in questa tesi, viene invece individuata nella genesi del museo e in quel limite fluttuante e poroso che separa la costruzione del sacro e quella del profano di una data società.

Tracciando un percorso storico del museo partendo dal termine, nel tentativo di dare un'unitarietà ad un concetto molto complesso e stratificato, è attestato che la parola "museo" si origina dal culto delle muse, indicate nella mitologia greca come le figlie di Zeus

e Mnemosyne, alle muse, e quindi alla memoria, era dedicato il *μουσείον* che comprendeva la biblioteca di Alessandria d'Egitto.

L'etimo ci offre così una catena sintagmatica di museo, culto e sacro.

Seguendo un itinerario più articolato della parola, aggiungiamo che il nome di Museo è attestabile in epoca anteriore all'edificio sorto in Egitto sotto il regno di Tolomeo II (282-246 a. C.): "Museo di Eleusi" era infatti un poeta connesso al mito Orfeo (Platone *Rep.* II 364 E 3).⁴ Ma mentre di Orfeo è documentabile un'iconologia codificata legata al mito di Euridice, il nome di Museo passa ad indicare un elemento topologico ben preciso: l'edificio architettonico di Alessandria.⁵ Il museo di Alessandria era infatti un ambiente di cultura in cui si riunivano filosofi e studiosi (Lugli 2003) e simbolizzava l'attività di studio e di riflessione, che disponeva di un luogo ben preciso, un ambiente concettualmente sacro, il

⁴Según las tradiciones, Museo es el amigo, el discípulo, el maestro, el hijo o simplemente, el contemporáneo de Orfeo, del cual no parece ser sino una réplica en la leyenda ática. Tiene por padre a Antifemo o a Eumolpo, cuyos nombres indican que son cantores (Antifemo según su nombre sería el inventor del "canto de varias partes"), del mismo modo que él es, en lo esencial, el músico tipo. Parece que su madre fue Selene y que lo educaron las ninfas. Museo pasa por un gran músico, capaz de curar las enfermedades con sus melodías. Es también adivino, y a veces se le atribuye la introducción en el Ática de los misterios de Eleusis. Algunos lo consideraban el creador del verso dáctilo. Habría sido discípulo de Lino e incluso de Orfeo. Desde la antigüedad se le atribuían poemas de inspiración mística", Grimal P., *Diccionario de mitología griega y romana*, Barcelona, Ediciones Paidós, 1991, p. 368.

⁵ Tra l'altro nell' "Esegesi medievale" di Henry de Lubac è dimostrato un collegamento geografico secondo cui il termine è riferito al nome di Mosé e alla sua sapienza impartitagli dagli Egiziani: "Si diceva che i greci con un cambiamento di vocale avevano mutuato il nome di Mosè in Museo per farne il maestro del loro Orfeo", (De Lubac, *Esegesi medievale*, 129, citato per Cappelletti 2002, p. 52). L'edificio, sorto sotto Tolomeo II Filadelfo nel III sec. a.C., includeva una raccolta di opere d'arte e di oggetti rari. Per ciò che concerne il collezionismo è utile segnalare che, in Italia, per l'edizione Einaudi, l'Enciclopedia Tematica, presenta la voce collezione, ma non la voce museo. Osservazione che ho ritrovato in Fabbri (1990) e in Damisch (1982), il quale evidenzia come anche *l'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers* di Diderot e d'Alembert edita tra il 1751 e il 1772 in Francia, nello stesso momento in cui nascono i musei come moderne istituzioni, si limiti a descrivere l'origine della Biblioteca di Alessandria. La nascita dei musei moderni è legata al formarsi del concetto di bene pubblico e di stato moderno. Oggi è pertinente parlare anche di massificazione legata ai mezzi di comunicazione. Tra la fine del Settecento e nel corso del secolo successivo nelle maggiori città europee i musei si istituzionalizzano, come spazi fortemente ideologici adibiti alla raccolta, alla conservazione e all'esposizione di oggetti. L'ottocento, il secolo dei musei (Malraux 1994) consacrò i musei-istituzioni, spesso dispositivi di potere e depositi di *memoria materializzata* da esporre al pubblico nascente. I musei-simbolo della nascita moderna sono il Museo Britannico e il Museo del Louvre. Il primo, fondato a Londra nel 1753, e le cui collezioni provenivano sia dalle rapine coloniali di Alessandria e Atene che dalle donazioni private come la biblioteca di Giorgio III. Diverso il caso del Louvre, fondato nel 1791, che si caratterizzò come il primo modello di "archivio di immagini pubbliche". Realmente il Louvre sorse come un deposito in cui si potevano guardare i beni sequestrati all'aristocrazia e alla famiglia reale.

tempio delle muse, ed è forse questa la ragione per cui il termine ha finito per indicare l'edificio architettonico.

Un fatto peculiare, riscontrabile in buona parte tutta la letteratura presa in esame, è che essa è concorde sull'origine mitica, e allo stesso tempo, collega il concetto di museo al fenomeno storico e antropologico del collezionismo.

Il passaggio successivo è la nascita moderna del museo, come istituzione pubblica e spazio di "rappresentanza" politico-ideologica, risalente alla fine del XVIII secolo quando, con la Rivoluzione francese, la borghesia diviene un elemento determinante nella struttura della società occidentale e nel processo di democratizzazione dell'arte.

Ci sarebbero in tal modo tre origini:

- una etimologica,
- una seconda che fa capo al collezionismo, e che comprende, grosso modo, il periodo che va dal XV secolo alla data simbolica del 1789;⁶
- una terza – moderna - segnata dall'ascesa della borghesia e dal sorgere del pubblico. È questa fase che segna il passaggio di legittimazione culturale (dal XVIII al XIX secolo): la Rivoluzione francese produce il concetto di proprietà pubblica dei beni culturali e del museo come luogo adibito al patrimonio storico-artistico appartenente allo stato.

Durante la fase di ricerca è stato possibile arguire, grosso modo, due correnti di pensiero, una che situa l'origine del museo negli studioli umanistici di tradizione italiana e francese e nelle camere delle meraviglie nord-europee e un'altra che colloca l'origine del museo moderno nella cultura dell'Illuminismo.

Ovviamente non si tratta di divisioni nette e tutti gli studiosi intersecano sempre questi due livelli storici - collezionismo o istituzione statale prettamente moderna –.

Nonostante si possa parlare delle gallerie rinascimentali italiane, delle camere delle meraviglie di tradizione nordeuropea, delle collezioni private e dunque di forme museali

⁶ I secoli precedenti sono caratterizzati dalla presenza dell'arte sacra, benché concettualmente il museo mantenga un rapporto strettissimo con i luoghi di culto. Analogamente una mappatura geografica è di ordine storico concettuale e comprende il Rinascimento italiano e l'arte olandese del 1600.

anteriori al 1789, anno della Rivoluzione francese e data simbolica per indicare la nascita moderna e istituzionale dei musei, in questo lavoro il museo viene considerato come una creazione culturale prettamente moderna, come un'istituzione che assieme ad altre, come la scuola, l'accademia, il sistema dell'informazione e della critica ha svolto e svolge la funzione di "creatore" di valori, regole di interazione e comportamento (Valeriani 2004). Anzi, analizzare le trasformazioni del museo nel breve lasso di tempo che va dalla fine del Settecento ad oggi, è come guardare alle trasformazioni epistemologiche nella definizione della Storia che si rispecchiano nelle modalità di intendere il museo e alle trasformazioni delle categorie concettuali, disciplinari e accademiche con cui il museo è stato analizzato e che alla luce delle trasformazioni contemporanee non può più esserlo. La fine delle grandi narrazioni, ovvero la crisi del Novecento che Lyotard (2008) chiama condizione postmoderna è parallela alle riconfigurazioni contemporanee del museo.

In questa tesi il collezionismo verrà inteso come matrice concettuale del museo (Abruzzese 2004a), anzi una pratica senza tempo, nel senso che esso attraversa trasversalmente tutti i periodi storici.

Questa, per così dire, "precauzione" di carattere storico poggia su due motivazioni d'analisi prospettica: da una parte quella di analizzare il museo come *un atto comunicativo diretto, frutto di specifiche scelte e diretto ad un pubblico*, borghese prima, oggi di massa, sulla base di un'ipotesi teorica collegata all'importanza della categoria del Soggetto, che definiremo "spettatore". A monte la scelta metodologica di considerare il museo sotto la prospettiva specifica delle "relazioni".

Dall'altra parte quella di considerare il contenuto del museo, l'Oggetto, non in maniera generalizzata, ma nella sua specificità di *semioforo*: un oggetto collezionato si trasforma in *oggetto museale* soltanto in virtù del suo "essere esposto allo sguardo di qualcuno" (Pomian 1978).

Ed è proprio sulla base dell'elemento degli *oggetti esposti* che nel Novecento due studi fondamentali: quelli di Murray (1904) e Schlosser (1974) hanno dimostrato l'importanza che essi rivestono nella riflessione museologica. Introducendo fenomeni poco indagati prima che i loro testi venissero pubblicati, come la "presenza del meraviglioso" e degli "oggetti

strani” contenuti nelle *Wunderkammern*,⁷ hanno ridefinito epistemologicamente il concetto di oggetto museale contribuendo ad una rinnovata riflessione sul significato generale di museo. Per lo stesso motivo possiamo citare la rilevanza degli studi sul consumo negli anni Sessanta che hanno analizzato l’elemento degli oggetti in qualche misura “vetrinizzati” dal museo, come beni di consumo merceologico, conseguendo un rinnovato interesse d’indagine e gli studi provenienti dalla mediologia (Silverstone 1995, Huyssen 2002) che indagano il museo come un mezzo di comunicazione di massa.

Di fronte a tale eterogeneità ragionare retrospettivamente in termini di una nascita vera e propria del museo appare improprio e probabilmente può essere causa di errori di valutazione del fenomeno museo, sia da un punto di vista storico che metodologico. E, d’altra parte, diventerebbe arduo collegare la pratica del collezionismo ad un autentico luogo delle muse, poiché se ci limitiamo strettamente al complesso universitario storico presente ad Alessandria d’Egitto, esso conteneva non solo collezioni, ma anche una biblioteca e si caratterizzava come officina di creatività e dibattito culturale; **“Il Museo di Alessandria non era [un museo] a causa delle collezioni di oggetti; lo divenne grazie alla biblioteca e all’équipe di dotti che vi vivevano in comunità”** (Pomian 1978: 335).

Tuttavia la strategia retorica dell’etimologia ci ha svelato un elemento importante nella stratificazione di significati messo già in evidenza: il valore originario del culto, e se “l’etimologia è una figura retorica con cui tentiamo di inscrivere, nella morfologia delle parole, il senso che circola negli insiemi discorsivi” (Fabbrì 2010: 9), dobbiamo analizzare se e in che modo l’aura etimologico-sacrale costruita nell’intertestualità dei discorsi sul museo sia possibile rintracciarla ancor oggi, o se invece il valore di culto venga meno a partire dal

⁷ Le *Wunderkammern* rappresentano un fenomeno particolare di collezionismo nord europeo, iniziatosi nel XVI secolo e protattosi sino al Settecento. In Italia e in Francia si formavano, invece, le gallerie. Questi piccoli musei privati erano solitamente realizzati in una sola stanza e contenevano tutto ciò che potesse suscitare meraviglia e stupore. Erano le stanze private di un collezionista, allestite scenograficamente, che contenevano oggetti tra i più disparati e diversi tra loro: «squali imbalsamati e mostri in salamoia, [...] miracoli della natura più che miracoli dell’arte”, (Gombrich 1986: 220). Prima della rivoluzione scientifica del 1600, che separò il dominio dell’arte dal dominio della scienza, gli oggetti d’arte e gli oggetti naturali, *mirabilia* e *naturalia*, potevano coesistere nel medesimo spazio, perché “tesoro e santuario coesistevano”. Per un’anaisi puntuale delle *Wunderkammern* si rimanda a Von Schlosser, 1974.

momento in cui i musei non si propongono più come templi dell'arte, ma come veicoli commerciali dell'arte.

Il termine museo è dunque carico di un'ambiguità semantica, basti attestare che con lo stesso vocabolo viene indicato indifferentemente tanto il contenitore quanto il contenuto espositivo.

Per far fronte a tale ambiguità, partendo da una definizione interna agli studi museologici, ho dunque delimitato come elemento significativo del museo il concetto generale di *relazioni*, in modo da fondare su questa base l'approccio di analisi al museo.

La centralità del concetto di relazione è pertinente ad un'indagine sul museo a partire dall'individuazione di un elemento base che lo definisce: l'*interplay* fra i tre elementi costitutivi di qualsiasi realtà museale: la spazialità, gli oggetti contenuti al suo interno e i soggetti umani che, con le loro pratiche contribuiscono a ridefinire e a risignificare la spazialità museale.⁸

1.2.1. Definizioni istituzionali

Possiamo adesso tornare alla domanda iniziale - "cos'è il museo?" - e interrogare lo Statuto dell'*International Council of Museums (ICOM)* – UNESCO che definisce il museo come: **“un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, a servizio della società e del suo sviluppo, aperta al pubblico che svolge ricerche concernenti le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, le comunica e**

⁸ I tre elementi di spazio, oggetti e visitatori sono attestati anche in buona parte della letteratura museologica (Lugli 2003; Rizzi 1996). L'*interplay* tra spazio, oggetti e soggetti è oggi molto pertinente anche per il riconoscimento della centralità della cosiddetta "fruizione culturale". Negli ordinamenti legislativi, ad esempio, si fa spesso riferimento soltanto al museo inteso come unico attore sociale ed economico. Al contrario, il pubblico è un elemento importante di studi di marketing museale e del consumo culturale, che nell'offerta culturale si traduce spesso in attività didattiche ed educative che si differenziano in offerte per un pubblico adulto e infantile. L'individuazione dell'*interplay*, inoltre risponde all'esigenza metodologica di prescindere dalla presenza della collezione permanente. Per molti autori la collezione rappresenta l'oggetto principale perché si possa parlare di un "autentico" museo. Ma se questo vale per determinati musei istituzionali che preservano il patrimonio culturale e artistico, esistono anche musei in cui la collezione non è un dato fondamentale. Ci sono musei ad esempio che si basano solo sulle mostre temporanee, in tal caso sono eminentemente spazi espositivi. Quello della collezione è uno degli argomenti più importanti nella ridefinizione del museo e legato alla possibilità della riproducibilità tecnologica, messa già in luce da Benjamin.

soprattutto le espone a fini di studio, di educazione e di diletto” (2007):
<http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.html>.

Sebbene questa definizione sia frutto di continue rielaborazioni, evolutesi nel corso di molte assemblee (i beni immateriali, ad esempio, sono stati aggiunti nel 2003), la definizione sembra non rispecchiare la realtà contemporanea dei musei. Le collezioni, ad esempio, che continuano certamente a costituire un elemento fondamentale, in molti casi non sono più la discriminante che costituiscono un museo; in altri casi, la dinamica dell'intrattenimento, della pubblicità e dello "spettacolo", prendono il sopravvento sui più convenzionali concetti di collezione e patrimonio storico.

Una definizione proveniente dagli studi d'impresa definisce il museo **“una struttura pubblica in cui le competenze relazionali sono diventate essenziali per soddisfare i bisogni più complessi dei visitatori”** (Di Betta 2005: 329). La “Museums Association” (1977) definisce il museo **“un istituto che colleziona, documenta, conserva, espone, interpreta *material evidence* e informazione associata per il beneficio del pubblico”**
<http://www.museumsassociation.org/home>

L'American Association of museums (AAM *Code of Ethics for Museums*, 2000) **“A public or private nonprofit agency or institution organized on a permanent basis for essentially educational or aesthetic purposes, which, utilizing a professional staff, owns or utilizes tangible objects, cares for them, and exhibits them to the public on a regular basis”**:
<http://www.aam-us.org/aboutmuseums/whatis.cfm>

Secondo le definizioni appena elencate, il museo si configura come luogo di ricerca, o restauro in casi specifici, e divulgazione di conoscenza. Esiste naturalmente il problema dei fondi pubblici o privati, che, ai fini di questa ricerca, non verranno sviluppati. Dobbiamo tener presente però un elemento minimo ma fondamentale, in linea di massima i musei europei sono istituzioni pubbliche, appartenenti allo Stato e quindi alla comunità, mentre diverso è il caso dei musei americani, che sin dalle loro origini si mantengono con fondi privati. Vedremo fra poco come questo influisca sulla definizione di museo-spettacolo.

Denominatore comune a tutte le definizioni è il pubblico (e con ciò cominciamo ad introdurre, benché ancora in fase di attestazione documentale e non concettuale, l'elemento

dello spettatore) richiamato nella prospettiva dell'educazione e della divulgazione scientifica o artistica. Quest'aspetto riguarda inoltre tutte le tipologie di musei, grandi o piccoli che siano, musei storici o musei d'arte o di scienza, e soprattutto i musei di tutte le nazionalità.

Da una parte il ruolo dei musei viene fortemente riconosciuto come educativo, dall'altra le preoccupazioni della "cultura come spettacolo" si concentrano sui valori effimeri della politica basata sulle esposizioni temporali.

Pertanto: cos'è, oggi, il museo? se da una parte abbiamo musei che si impegnano con le scuole, le famiglie e la comunità, favorendo comprensione culturale alla società, sia essa artistica, storica, naturale e scientifica (Institute of Museum and Library Service, 2008) dall'altra abbiamo musei che si presentano come luoghi di ostentazione e un'arte che sembra soppressa dall'eccesso di spettacolarità e mercificazione (Vettese 2007: 15).

Non credo sia una formula ancora abbastanza abusata quella di Nelson Goodman, che, rispetto alla domanda essenzialistica "cos'è l'arte?" propone che venga sostituita con il più produttivo interrogativo metodologico "quando è arte?". Possiamo attuare lo stesso con il museo e trarre tutti i vantaggi di una prospettiva che parta da domande come "quando e dove si dà museo?"

Si dà museo quando uno stato, una comunità, una città *vuole* mostrare la costruzione di un patrimonio, quando un collezionista *vuole mostrare* la sua raccolta; oppure, il museo agisce - trasformandolo - *nel* tessuto urbanistico della città, agisce *nella* delimitazione di immagini e installazioni artistiche, *agisce* mostrandosi *nelle* immagini pubblicitarie, cinematografiche e televisive.

Se c'è un anello di congiungimento tra i musei che oggi si affidano al mercato per il proprio sostentamento e il valore tradizionale del museo d'arte come luogo della cultura, esso va ricercato non solo nelle logiche di mercato, ma nelle *logiche di mercato al servizio del fruitore*.

1.3. Quale spettacolo per il museo?

È importante definire un insieme di criteri coerenti per fissare delle categorie che precisino cosa si intenda per spettacolo quando esso venga riferito al museo, sia oggi che nel passato.

Una prima consultazione del dizionario della lingua italiana⁹ ci fornisce tre accezioni del termine “spettacolo” (dal latino *spectāculu(m)*, da *spectāre* “guardare”):

1. “Rappresentazione teatrale, cinematografica, canora e genericamente artistica che ha luogo di fronte a un pubblico.
2. “Vista che, per bellezza, eccezionalità, bruttezza e simili, trae a sé l’attenzione e gli sguardi”.
3. “Spettatori” (arcaismo)

Le definizioni implicano, in tutti e tre i casi, una *specificità relazionale*, nel senso che, affinché possa darsi uno spettacolo, si rende necessaria la presenza o di “sguardi” o di “spettatori”.

La specificità relazionale è dunque uno dei criteri che contribuiscono a definire il fatto spettacolare.

Il passaggio successivo può essere quello di identificare, all’interno del più ampio orizzonte della spettacolarità contemporanea, la posizione di quei fenomeni che tradizionalmente si costituiscono come forme di spettacolo dichiarate ed esplicite. Nel caso del museo, identificare questa collocazione sociale, equivale a chiedersi se esso possa essere considerato una forma di spettacolo tradizionale al pari del teatro o del cinema.

Coerentemente con quanto detto poc’anzi, a proposito dello spostamento semantico dal “cosa” al “quando” e postulando che lo spettacolo è una forma di comunicazione che produce “un enunciado en le que se articula una significación dinámica que es independiente, una vez creada, del fenómeno comunicativo que la produjo” (Zunzunegui 2003: 33), considereremo “spettacolo” qualsiasi azione che si qualifica come un *fare enunciativo*, sia esso teatrale, cinematografico o museale, purché si costituisca come strategia di significazione. (cfr., Greimas e Courtés 2007).

Un altro elemento che ha concorso a rendere meno netti i limiti spaziali che separano teatro e museo, è stata la risignificazione dello spazio spettacolare operata dalle rivoluzioni avanguardistiche degli anni '60, che non hanno ridefinito soltanto lo spazio scenico

⁹ Nicola Zingarelli, Vocabolario della lingua italiana.

propriamente detto, specifico del teatro, ma anche quello di altri spazi più o meno ad esso collegati.¹⁰

Ed è interessante notare come il termine di “spettacolo” entri nel mondo dei musei in questo momento, a metà del novecento; e se, relativamente allo spazio teatrale, l’azione rivoluzionaria si scagliava contro le nette divisioni tra palcoscenico e pubblico, nel mondo dei musei veniva contestata l’articolazione spaziale dell’esposizione, cui corrispondevano determinati “oggetti da musei”: i quadri, *in primis*, che la strategia espositiva del museo della modernità, ha trasformato in oggetti da museo per antonomasia, con la “conseguenza del trionfo dell’immagine sulla cosa nell’“opera d’arte” (Stoichita 1998: 10).

Paradigmatica, a tal proposito, la contestazione ad opera di uno dei primi *exhibition maker*: lo storico dell’arte svizzero Harald Szeemann, (1933-2005),¹¹ la cui poetica espositiva compendia buona parte delle istanze e dello spirito rivoluzionario di quel periodo.

Con Szeemann, la mostra temporanea acquista un rinnovato statuto rispetto al museo; quest’ultimo, afferma, trasforma le opere in documenti mentre l’elemento della temporalità limitata di una mostra promuove, con la sua perdita, il ricordo della memoria (cfr. *Intervista a Szeemann*, 2002).

Happenig & Fluxus,¹² è sicuramente l’esempio di un’esposizione-spettacolo (anche se fallimentaria) contro il museo moderno; nel 1999, il critico americano Brian O’ Doherty coniava la fortunatissima espressione di *white cube* per indicare l’ideologia sottesa allo spazio museale della modernità. Un “cubo bianco” è uno spazio isolante, neutro, che produce l’insularità dell’arte, sia fisica che concettuale: “[...] **privo di ombre, bianco, pulito, artificiale, lo spazio è votato alla tecnologia dell’estetica. Le opere d’arte vengono incorniciate, appese e sparpagliate per essere studiate [...] l’arte vive in una sorta di eternità espositiva [...] questa eternità conferisce alla galleria una condizione simile a quella del limbo [...] la presenza di quello strano oggetto di arredamento, il nostro corpo,**

¹⁰ Mi riferisco, ad esempio, alle prime esperienze di Appia e Graig che “invadono” lo spazio della città, sino al Living e per arrivare al fenomeno degli happening. Tutte esperienze contrassegnate dall’esigenza di uscire fuori e scardinare lo spazio istituzionale del palcoscenico (stage).

¹¹ Direttore della *Kunsthalle* di Berna dal 1961 al 1969, di *Documenta 5* a Kassel, ha curato la 48° e 49° edizione della Biennale d’Arte di Venezia.

¹² *Happening and Fluxus* (eds. Hans Sohm y Harald Szeemann), Colonia, Kölnischer Kunstverein, 1970.

appare superflua, un'intrusione. Lo spazio stesso ci fa capire che mentre lo sguardo e la mente sono i benvenuti, così non è per gli invadenti corpi [...] Qui lo spettatore stesso viene cancellato" (O' Doherty 2001: 143-144). In queste parole del critico americano è implicita una forte contestazione alla creazione di uno spazio che produce una nozione di arte sfalsata, esperibile soltanto con l'attività visiva.¹³

In ogni caso c'è una relazione tra la crisi di quel modello e i musei del XXI secolo, relazione che si pone al livello della fruizione dei musei. Anche oggi, come nel corso del XX secolo, le modalità esperenziali nei musei mantengono una significativa dose di ambiguità. Da un lato, c'è una forte enfasi sul concetto di esperienza, trasferita al museo direttamente dalle ricerche sui consumi commerciali e del marketing esperienziale (§ 1.3.1) dall'altra il museo sembra essere passato dal regime di visibilità che isolava l'arte, ad un regime di autoesposizione, in cui si mostra anche il mercato dell'arte.

Su questa ambiguità, sia moderna che contemporanea, l'utilizzo della nozione di "spettacolo" rende espliciti, in certa misura, questi meccanismi dell'estrema visibilità. È stata difatti la categoria dello spettacolo a far percepire ai più rivoluzionari curator degli anni '60 e '70, e al pubblico il funzionamento dello spazio istituzionale del museo e delle convenzioni linguistiche delle esposizioni come la parete e il catalogo. (Hudek 2008: 13). Come già detto, risale a questo periodo l'uso del termine spettacolo per connotare le nuove esposizioni e distinguerle da quelle più tradizionali. Spettacolo equivale a **"esibizione, apparenza nel senso di simulazione, esibizione eccessiva, ostentazione, ad esporre qualcosa per metterla in ridicolo; alla grande mostra allestita per suscitare interesse o a fini economici e infine alla rappresentazione teatrale** (*Webster's Dictionary*, ed. 1983, in Hudek, cit.) La conseguenza è che il museo, potendo tradire ostentazione, teatralità, in una

¹³ Pensiamo alle prospettive di fine Ottocento e soprattutto al concetto del "vedere aptico" così come elaborato nella teoria di Riegl (1901) e di Wölfflin (1915). Il vedere aptico, o tattile, inteso come modalità percettiva interna della visione, profonda, che, a differenza della vista, permette una conoscenza oggettiva del mondo. Una riflessione artistica che trova il suo proseguito filosofico nella tradizione della fenomenologia francese di Merleau-Ponty sino a Deleuze e Guattari secondo i quali la nozione di aptico "lascia supporre che l'occhio stesso possa avere una funzione che non sia visiva» (*Mille Plateaux*, 1980). Del resto, oggi, c'è un'unanimità nel riconoscimento di un'impossibilità di isolare la componente visiva dalle altre esperienze sensoriali e corporee.

parola potendo essere spettacolo, può anche seguire una politica all'insegna della natura lucrativa e commerciale dell'arte.

Ricordiamo inoltre che, sul finire degli anni '60, sulla via indicata da Marx, Debord teorizzò una "società dello spettacolo" (Debord 2008) in cui la spettacolarità assume la funzione di una vera categoria generale che determina i nostri modelli di comportamento sulla pervasività dell'"estetizzazione del reale e del quotidiano".

Le questioni legate allo spettacolarizzazione e alla visibilità delle merci, centrali nelle riflessioni sulla tarda modernità (il periodo che va dalla prima rivoluzione industriale sino alla prima metà del Novecento) e teoricamente segnate dalla sequenza teorico-critica Nietzsche - Freud - Warburg - Marx - Benjamin, hanno affettato in maniera importante le istituzioni museali.

Benjamin in particolare, concentrando le riflessioni sulla società e sulla cultura sulla base dei *media* e della *merce* ha messo in rilievo che si tratta di due oggetti che si autocostruiscono sulla base della spettacolarizzazione, intesa come estrema visibilità. A questo va aggiunto il ruolo del consumo in quanto generatore di significati e di relazioni sociali perché le merci hanno bisogno di essere estremamente visibili. La progressiva espansione della cultura del consumo ha oggi finito per coinvolgere anche i musei, tradizionalmente considerati non commercializzabili (Codeluppi 2000); in tal senso l'"effetto Beaubourg" (Baudrillard 1980) ha rafforzato l'immagine di Debord, sostanzialmente negativa, della "società dei consumi" in cui le forme estetiche hanno assorbito ogni forma di vita quotidiana.

I musei del XXI secolo, sotto molti aspetti, possono essere equiparati al funzionamento imprenditoriale, il cui aspetto, a mio avviso, più importante riguarda ancora una volta lo spettatore, se il museo ha mantenuto sempre una certa ambiguità nelle condizioni di ricezione dell'arte, dovuta a diversi fattori, oggi lo spettatore può essere utilizzato come il soggetto di un "capitalismo delle emozioni" (Guerra 2009: 75).

Tuttavia, queste ricerche sono state fondamentali perché hanno collocato la semiotica prodotta dalla commercializzazione urbana all'interno delle forme specifiche della società capitalistica in cui determinate pratiche di fruizione dei musei - luoghi di consumo -

possono essere analizzate alla luce degli studi sui consumi contemporaneo, intesi non come consumi di beni primari, ma come *scambi di tipo simbolico*. In tal senso i contributi scientifici più efficaci, nello studio delle strategie e delle modalità di appropriazione di un prodotto, sia materiale che immateriale, provengono dal versante dell'antropologia: le ricerche di Mary Douglas (1970) che, intendendo il consumo come un linguaggio, pone l'accento sulla dimensione *relazionale* e sulle valenze simboliche. Partendo dal concetto di luogo elaborato da Michel de Certeau, come un sistema di *identità, relazioni e storia*, le ricerche sociologiche - *Consumer Behavior* - hanno focalizzato l'attenzione sull'*esperienza di consumo* indagando precipuamente le componenti emozionali e ludiche dei beni. Il dato, ormai acquisito, che qui ci interessa, consiste nella non manipolazione del bene di consumo, nella fase di promozione, ma al contrario nell'attestazione di un ruolo attivo e decisionale di chi consuma. Questo principio teorico si traduce nella consapevolezza strategica, da parte delle aziende, di rivolgersi ad un fruitore culturale attivo, non così chiaramente manipolabile. Perciò uno degli obiettivi centrali degli spazi di consumo oggi è quello di offrirsi come luoghi altamente attrattivi dal punto di vista della loro connotazione comunicativa al fine di promuovere esperienze, per così dire, polisensoriali: spettacoli, rappresentazioni, iperrealità.

1.3.1. Museo e spettacolo tra rappresentazione teatrale ed esperienze di consumo

Spostiamoci adesso al significato di spettacolo nel modo in cui oggi rientra, come uno degli argomenti più importanti, nel dibattito museologico internazionale. Il significato proviene dagli studi di settore dell'economia e del marketing esperienziale, ma è interessante dal nostro punto di vista, perché viene utilizzata la metafora teatrale (Pine, Gilmore 2000).

La semiotica dello teatro¹⁴ (Elam 1980) fa una distinzione tra *dramma* e *spettacolo*, indicando col primo *tutto ciò che accade sulla scena* e con il secondo *la relazione tra l'artista e il pubblico*.

¹⁴ I riferimenti più importanti delle ricerche semiotiche sul teatro risalgono sostanzialmente alle ricerche degli anni ottanta (in particolare De Marinis (1982), *Semiotica del teatro. L'analisi testuale dello spettacolo*. Milano, Bompiani oppure Elam (1980), *The Semiotics of Theatre and Drama*, London and New York, Methuen,

Due tra i più autorevoli studiosi di marketing Pine e Gilmore (1999) utilizzano questa divisione per collocare l'esperienza del consumo nella dimensione del dramma, ossia sul palcoscenico in cui si svolge l'azione; in virtù di ciò l'esperienza del consumatore si qualificherebbe come "spettacolare" nel senso letterario del termine di dramma o rappresentazione.

In tal modo, lo spazio del consumo, per costruire la sua identità di luogo seduttivo, dovrebbe attivare la percezione del consumatore, all'interno della quale il consumatore stesso, sulla base della metafora teatrale, occupa lo spazio dell'azione scenica, rivestendo un ruolo di protagonista e dunque immerso in un'esperienza che lo qualifica come performer, piuttosto che come spettatore passivo. (§ pratiche museali). In tal modo, quando nell'ambito del *marketing aesthetics* viene utilizzato il termine spettacolo non ci si sta riferendo ad un'esperienza vagamente spettacolare, ma ad una cosiddetta "esperienza sensoriale immersiva", ossia a tutta una composita esperienza polisensoriale che si origina nel soma (marketing esperienziale).

Da qui l'attuale enfasi sull'esperienza del cosiddetto "edutainment" (educazione e intrattenimento) e del dibattito museologico sul turismo, che rappresenta una parte di pubblico non indifferente dei musei superstar.

Ai fini della nostra ricerca questo è un punto fondamentale per i motivi che seguono.

La nozione di "consumo spettacolare" essendo forse l'elemento, che più degli altri, contraddistingue il "museum superstar", dai musei più convenzionali ha una ovvia attinenza col tema dello spettatore, in quanto consumatore spettacolare (§ 1.4.)

"Today's museum installations give greater attention to the visitor's perceptual and aesthetic experiences in the context of other consumer experiences, rather than the former attention given to presenting an authoritative cultural narrative, either of art or science. The spectacle that satiates the contemporary experience-oriented audience privileges a structured and narrativized object, preferably with the theatricality of a theme park or

(tr. it. *Semiotica del teatro*. Bologna, Il Mulino, 1988). Queste ricerche sul testo spettacolare sono ancora caratterizzate, essenzialmente, da una teoria dei codici e da una teoria dell'informazione, che la semiotica attuale ha, per molti aspetti, superato.

Hollywood film. In this context, the *performativity* of the museum object is directly in proportion to both the space in which it operates and the viewer's willingness to participate." (Casey 2005: 79)

Dobbiamo tener presente però che la componente spettacolare o emozionale è soltanto uno degli elementi che qualificano la percezione all'interno di un'articolazione spaziale, fenomeno in cui rientrano molti elementi di mediazione, di inferenze, di saperi e conoscenze (enciclopedia del soggetto), di costruzione di aspettative.

L'effettiva immersione del consumatore nell'esperienza di cui egli stesso protagonista può essere accostata ad un tipo di esposizione sorta nei musei tra la fine del Settecento e l'inizio dell'Ottocento, la *period room*, caratterizzata dal gusto per la ricostruzione storica di ambienti d'epoca. Corrisponde al primo periodo della storia delle esposizioni, proposta da Glicenstein e che comprende il periodo

Che va dalla fine del XVIII secolo sino al XX secolo. Glicenstein distingue tre tipologie di mediatori espositivi: "le muséographe", "le scénographe" e "le commissaire".

L'età del "muséographe" si caratterizza per una messa in scena realistica al fine di offrire una rappresentazione mimetica e quanto più fedele storicamente.

Le *period room* sono delle stanze che ricostruiscono nei minimi particolari degli ambienti del passato. **"L'uso della *period room* [...] che si sviluppa al Metropolitan di New York nel 1924, è un altro esempio della ricerca di insiemi di oggetti capaci di trasportare il visitatore, come il lettore di un romanzo, secondo Bachtin, in un *chronotopos*, una struttura temporale condensata nello spazio"** (Poulot 2008: 60).

1.4. *The Superstar museum.*

Una chiara e dettagliata analisi sui "musei superstar" è quella offerta da Frey (1998).

Nella disamina dell'autore, questi musei possiedono caratteristiche decisamente diverse dai musei convenzionali e che se distaccano per cinque aspetti particolari, tutti necessariamente presenti, anche se in diverse misure.

- Sono un *must* per il turista, un luogo che non si può non visitare;
- Devono registrare un alto numero di visite;
- Devono esporre pittori di fama mondiale;
- Devono essere situati in edifici architettonici che si costituiscono per una famosa caratteristica artistica e generalmente i progetti sono connessi agli aspetti culturali della città dove sono costruiti;
- Sono caratterizzati da strategie di commercializzazione rivolte al consumatore: librerie, bookshop, caffetterie, librerie, ristoranti.

Nel grafico seguente sono riportati l'affluenza di visitatori (2008) nei maggiori musei del mondo:

Il grafico risponde al secondo dei cinque punti di Frey; aggiungendo ed elaborando questi dati con quelli relativi ai proventi e alle dimensioni possono essere identificati, per ciò che riguarda gli Stati Uniti, otto musei, (su un totale di 140), che possiedono lo status di superstar: il Metropolitan Museum (New York), il Guggenheim Museum (New York), il MoMA (New York), il Getty Museum (Los Angeles), l'Art Institute di Chicago (Chicago), il Philadelphia Museum of Art (Philadelphia), la National Gallery of Art (Washington) e il Boston Museum of Fine Arts (Boston) (Negro 2008-2009)

Il museo solito si trasforma in una sorta di marchio, raggiungendo uno status di culto di cui quasi tutti sono consapevoli.

L'elemento che più di ogni altro qualifica i musei che stiamo cercando di definire è la loro estrema vicinanza e rassomiglianza con gli del consumo e, sintomaticamente, l'utilizzo degli strumenti elaborati dal marketing esperienziale per l'analisi degli studi si consumo.

<http://www.theartnewspaper.com/attfig/attfig08.pdf>

Tutte le strategie per la commercializzazione all'interno dei musei commerciali sono rivolte al consumatore: librerie, blockbuster-exhibition, e quindi strategie aziendali di sponsorizzazione e franchising globale.

Ho presentato queste due definizioni basilari di spettacolo e museologia per introdurre la base di partenza del discorso che svilupperò nelle pagine seguenti, ossia l'elemento comune allo spettacolo e alla museologia identificato nel concetto di relazioni.

Riassumo pertanto, in maniera articolata, i punti appena introdotti:

1. Dalla ricerca bibliografica si traggono due livelli d'analisi che rispecchiano la tradizionale divisione tra il contenitore e il contenuto: l'architettura-spettacolo, da una parte, e le esposizioni-spettacolo dall'altro. Anche nel concetto più vago di spettacolarizzazione esistono due dimensioni spettacolari: quello mediatico proprio della costruzione dell'evento e la dimensione spettacolare dell'esposizione.

2. Museo e spettacolo sono co-originari. Lo sviluppo che va dal museo moderno sino alle forme contemporanee di musealità può essere rappresentato come un percorso che si allontana dallo spettacolo inteso come *mise-en-scène e rappresentazione*. Nuove forme di musealità sorgono proprio quando finisce il modello dello spettacolo all'interno del Museo. Il concetto di spettacolo che inizialmente interessa il museo è quello teatrale, ma questo modello è collegato ad un tipo di oggetti specifici. Quando l'oggetto si limita al quadro, oggetto museale per eccellenza del museo e dell'estetica moderna, il modello spettacolare del teatro va bene.

Ma da Duchamp in poi, gli oggetti perdono il loro statuto oggettuale, e quel modello teatrale finisce per essere inadeguato. Lo statuto dell'oggetto implica inoltre un altro livello d'analisi, ossia il rapporto tra l'oggetto e lo spazio della rappresentazione teatrale: la tradizionale divisione tra contenuto e contenitore.

CAPITOLO SECONDO

Spettacolarità *del* museo e *nel* museo

II.1. La spettacolarità *del* museo: l'edificio come indicatore di prestigio

In questa tesi con “museo dello spettacolo” non mi riferisco ad una tipologia architettonica specifica, né ad una altrettanto specifica narrativa espografica; l'espressione designa piuttosto una tendenza attuale, in cui convergono fenomeni sociali che ruotano attorno al mercato dell'arte, con importanti ricadute sul concetto e sul ruolo del museo in quanto mediatore culturale. L'aspetto propriamente architettonico implica due livelli di “spettacularizzazione”: la spettacolarità *del* museo, con cui indichiamo il “contenitore” e la spettacolarità *nel* museo per indicare le esposizioni/spettacolo.

Un'analisi del contenitore – la spettacolarità *del* museo - necessita, a mio avviso, di una preventiva postilla sulla tradizionale divisione tra il contenitore e il contenuto, utilizzata in letteratura per far riferimento o alla costruzione architettonica o agli “oggetti” contenuti all'interno: la dissociazione tra contenuto e contenitore indubbiamente possiede una pertinenza dal punto di vista delle diverse professionalità che operano nella costruzione e nella gestione dei musei, architetti, museografi, museologi, curatori di mostre. Tuttavia da una prospettiva che si proponga di verificare la costruzione di senso dell'esperienza da parte di uno spettatore in un museo, la separazione risulta alquanto artificiosa perché i due elementi – contenitore e contenuto - concorrono unitariamente alla costruzione del senso.

Questa considerazione va fatta per sottolineare che l'aspetto propriamente architettonico, ed è questo è un dato che deve essere messo significativamente in rilievo, è un fenomeno

prettamente urbano,¹⁵ in cui l'edificio si inserisce come effetto nello spazio, "visto-percepito dall'esterno" (Pezzini 2009: 2).

Se, dunque, l'analisi verte programmaticamente sull'edificio, questo stesso deve essere analizzato all'interno di un rapporto dialogico con l'intero tessuto urbanistico di cui fa parte: lo spettacolo del museo è pertanto una problematica inserita nella città.

L'oggetto più rappresentativo della dialettica museo-spettacolo-monumento è sicuramente il Guggenheim di Bilbao, inaugurato nel 1997, grazie al quale anche la scultura ricoperta di fiori installata di fronte all'entrata del museo, "Puppy" opera di Jeff Koons, che riproduce l'immagine di un terrier West Highland White disegnato nel 1992, è diventata un simbolo di Bilbao.

Si tratta di due elementi fortemente significativi che caratterizzano l'identità di una città, soprattutto visiva in virtù del comportamento dei soggetti. Riguardo a quest'ultima affermazione, è importante fare una premessa metodologica. Rispetto alle ricerche semiologiche degli anni '60 che basavano l'analisi su un approccio "prevalentemente segnico-tassonomico, proprio di una semiotica dei codici" (Cavicchioli 1996: 4)

Il tratto più importante della semiotica attuale che ha affrontato il tema dello spazio a partire dagli anni '80 e '90, è l'introduzione nelle analisi testuali dell'intervento e del ruolo del soggetto nella costruzione dello spazio, che si qualifica, per questo, come *spazio costruito*; così scrive Greimas:

"Nel senso più ristretto del termine, lo spazio è definito dalle sole proprietà visive. Per questo la semiotica dell'architettura (e talora quella dell'urbanistica) limita volontariamente il proprio oggetto alla sola considerazione delle forme, dei volumi e delle loro reciproche relazioni. Tuttavia, dato che bisogna tener conto dei soggetti umani

¹⁵ L'edificio può inserirsi in un progetto di rivitalizzazione turistica e locale, come è accaduto con il rilancio del quartiere di Les Halles, nel 1977, con il centro Pompidou di Parigi o come è accaduto con il Museum Guggenheim a Bilbao che ha trasformato la visione globale della città solitamente associata alla guerra separatista e al terrorismo degli '80. In ogni caso siamo innanzi al fenomeno di architettura firmata, di una mappatura globale di cui possiamo citare diversi esempi: Vitra, Guggenheim Bilbao, EMP Seattle (Ghery) Getty Center, MACBA (Meier) Danish Jewish Museum, Imperial War Museum, Jüdisches Museum Berlino (Libeskind) Quai Branly, Ampliamento del Reina Sofía, Guggenheim Río (Nouvel); Rosenthal Center Cincinnati, Guggenheim Taichung, Guggenheim Tokio, Maxxi Roma (Hadid); Ciudad de la Cultura de Galicia, Wexner Center Ohio di Eisenman; Groninger Museum, Musée des Confluences (Coop Himmelblau).

che sono gli utilizzatori degli spazi, i loro comportamenti programmati vengono esaminati e posti in relazione con l'uso che essi fanno dello spazio" (Greimas, Courtés 1979: 340, cors. mio).

Dunque non è sufficiente ipostatizzare la città come un testo; bisogna individuare degli elementi specifici, e tener conto, come scrive Greimas, delle pratiche e dei comportamenti umani che producono l'oggetto urbano.

Per ciò che concerne la città di Bilbao, vorrei iniziare con un testo tratto dalle *Città invisibili* di Italo Calvino, si intitola "La città e il desiderio":

"Al centro di Fedora, metropoli di pietra grigia, sta un palazzo di metallo con una sfera di vetro in ogni stanza. Guardando dentro ogni sfera si vede una città azzurra che è il modello di un'altra Fedora. Sono le forme che la città avrebbe potuto prendere se non fosse, per una ragione o per l'altra, diventata come oggi la vediamo. In ogni epoca qualcuno, guardando Fedora qual era, aveva immaginato il modo di farne la città ideale, ma mentre costruiva il suo modello in miniatura già Fedora non era più la stessa di prima [...] Fedora ha adesso nel palazzo di sfere il suo museo: ogni abitante lo visita, sceglie la città che corrisponde ai suoi desideri, la contempla immaginando di specchiarsi nella peschiera delle meduse che doveva raccogliere le acque del canale (se non fosse stato prosciugato), di scivolare lungo la spirale del minareto a chiocciola (che non trovò più la base su cui sorgere). Nella mappa del tuo impero, o grande Klan, devono trovar posto sia la grande Fedora di pietra sia le piccole fedore nelle sfere di vetro. Non perché tutte egualmente reali, ma perché tutte solo presunte. L'una racchiude ciò che è accettato come necessario mentre non lo è ancora; le altre ciò che è immaginato come possibile e un minuto dopo non lo è più." (Calvino 2004: 31-32)

Nelle parole di Calvino ritroviamo tutta la complessità di una città contemporanea. Le piccole città collocate all'interno di piccole sfere di vetro (che peraltro sono narrate su un'isotopia della trasparenza) sono realtà specifiche, distinte le une dalle altre, sorta di

ritratti ideali messi gli uni accanto agli altri, cristallizzati (come solo un museo sa fare), in opposizione alla reale Fedora, “città di pietra” in contrasto con la diafanità delle piccole, perché la città reale, vissuta dai soggetti umani, è un testo perennemente in evoluzione. È paradossale quasi che sia la pietra a trasformarsi, e non quelle piccole connotate dalla loro leggerezza. La pietra, apparentemente poco propensa a subire su di sé le trasformazioni, è invece sostanza espressiva di una realtà urbanistica e architettonica in perenne movimento. Il racconto di Calvino racchiude diverse metafore: c’è il concetto di patrimonio: ogni piccola sfera racchiude “ciò che è immaginato e un minuto dopo non lo è più”, la peschiera distrutta dal prosciugamento del canale o il minareto mai costruito sono patrimoni virtuali, che in qualche modo avrebbero potuto esserci a significare il sostrato urbanistico, ma in qualche modo distrutti, vere figure dell’oblio sovrimpresse sulla città vera, reale nella sua solidità che racchiude “ciò che è accettato come necessario”. C’è la metafora della mappa, ogni piccola “fedora” è rappresentata da un oggetto-simbolo che le conferisce identità e va a formare una specie di mappatura ideale. C’è la metafora del tempo e della semantica storica futuro passato, in cui il presente è il perenne movimento della Fedora reale. C’è la metafora dello specchio, un dispositivo di visualizzazione che permette uno sguardo performativo sulla città, in ogni sfera ogni osservatore rispecchia, in realtà, il proprio sguardo. Infine c’è il museo, il dispositivo che permette la possibilità di rappresentare la metafora stessa della città come rizoma, un insieme leibniziano di mondi possibili.

Il racconto di Calvino propone, in realtà, un modello di museo in relazione al tessuto urbanistico di cui esso parla, basato non sul principio della catalogazione del museo illuministico, ma sui rapporti intertestuali e rizomatici, tipici di un museo immaginario, che uniscono una sfera all’altra e la città al suo museo. Un museo dell’identità della città di Fedora costituito dalla moltitudine delle sue rappresentazioni.

Fedora è, in tal modo, una potente metafora delle città contemporanee, caratterizzate da continue modificazioni di natura economica e politica, in molti casi dallo sviluppo incontrollato, dalla perdita del tradizionale centro-periferia, in altri casi dal degrado e dall’assenza di memoria storica. Ognuno di noi può immaginarsi una piccola sfera della città che percorre giornalmente, e molto probabilmente ogni sfera conterrà un oggetto-

simbolo, come nel racconto di Calvino, a determinare, in negativo o in positivo, in presenza o in assenza, come figura del ricordo o dell'oblio, l'identità della città.

I due elementi del corpus rientrerebbero tutti, a buon diritto, in una sfera del desiderio di Calvino. Bilbao non è una metropoli come la Parigi di Mitterrand, caratterizzata dai grandi progetti che hanno iniziato un processo di spettacolarizzazione urbana. È una cittadina di media grandezza, caratterizzata dai caratteri tipici di una piccola città - stabilità e identità storica o noia e assenza di eventi tipici delle grandi metropoli, in senso negativo. Determinati programmi politici del governo basco hanno messo in atto un processo di trasformazione sociale ed economica, Bilbao era connotata da una marcata identità industriale, nella prima metà del secolo scorso che la presenza del Guggenheim - marca, brand, logo a carattere globale - sta progressivamente trasformando in una nuova identità turistica e artistica.

Nel rapporto con il tessuto urbanistico di Bilbao, il museo di Gehry, (ma anche Puppy , il terrier West Highland White disegnato nel 1992 da Koons) si connota più come monumento della contemporaneità che non come museo.

Al fine di sviluppare quest'idea dobbiamo ben analizzare le modalità di funzionamento del monumento.

II.1.1. Il monumento

Il concetto di "monumento storico" nasce nello stesso periodo in cui sorge il concetto di museo, fu lo storico e antiquario francese Aubin-Louis Millin (1750-1818) ad usare per la prima volta il termine di "monumento storico", durante l'assemblea nazionale , in occasione della demolizione della Bastiglia.

Nel 1903, il concetto viene ripreso dallo dell'arte Alois Riegl, che sistematizza la distinzione tra *monumento* e *monumento storico* secondo la quale quest'ultimo acquisisce determinati

valori - la visibilità, la vecchiaia e la memoria - nel corso del tempo, posteriormente alla sua costruzione.¹⁶

In particolare, ai fini dell'analisi, dobbiamo sottolineare il "valore intenzionale in quanto memoria", un valore che non nasce col monumento, ma che gli viene applicato dalla contemporaneità:

"Il valore intenzionale in quanto memoria ha sin dall'inizio, cioè dalla costruzione di un monumento, la funzione precisa di non permettere quasi mai che un monumento diventi passato, di conservarlo sempre presente e vivo nella coscienza dei successori. Di conseguenza questa terza classe di valori in quanto memoria costituisce la transizione evidente ai valori contemporanei" (Riegl 1990: 54).

Quando cioè si costruisce un monumento il progetto, di solito commemorativo, non è rivolto al passato, ma al futuro.

Riegl prosegue dicendo che questo valore della memoria

"avanza tout-court l'esigenza di intramontabilità, di eterno presente, di incessante stato di formazione. Le forze della natura che provocano il degrado [...] devono essere appassionatamente combattute [...] una colonna monumentale, per esempio, la cui iscrizione sia cancellata col tempo cesserebbe di essere un monumento intenzionale. Di conseguenza il postulato fondamentale dei monumenti intenzionali è costituito dal restauro" (Riegl 1990: 54, cors. mio).

Al valore intenzionale, Riegl fa corrispondere l'azione di restauro, come tentativo di rendere l'opera intramontabile; al valore dell'antico, il degrado dell'opera, dovuto all'azione congiunta della natura e degli uomini:

¹⁶ Lo scritto, *Il culto moderno dei monumenti. Il suo carattere, i suoi inizi* (1903), è un piccolo saggio che si inserisce nel dibattito di inizio Novecento, sulla opportunità o meno di intervenire sui monumenti. Con Riegl, protagonisti del dibattito erano Violet Le Duc, J. Ruskin, W. Morris e Camillo Boito.

"Dalla mano umana esigiamo la produzione d'opere concluse come simboli del divenire necessario e regolare; dalla natura che agisce nel tempo esigiamo invece il degrado di quel carattere concluso come il simbolo dell'altrettanto necessario e regolare trascorrere."
(Ivi: 54).

Prevedere il restauro significa prevedere un *valore storico futuro*, e dunque una preoccupazione, per la memoria delle generazioni future. Il monumento è un documento (Le Goff 1978) per cui, oltre alla funzione di ricordare, possiede il valore di insegnare qualcosa (documento viene da *docere*); nel museo quest'aspetto è un rafforzativo perché possiede da sempre una funzione didattica, che nel discorso museografico viene conferita all'esposizione. dietro al concetto di restauro, si cela un problema di ordine storico, perché è la Storia, nel senso delle "grandi narrazioni" (Lyotard 2008), che legittima l'atto del restauro per la produzione di un nuovo documento: il monumento restaurato.¹⁷ Il monumento, come metafora della memoria, è molto differente dalla "rovina", in cui non c'è conflitto tra "valore d'uso" e "valore storico", perché la rovina per definizione è qualcosa che ha perso tutte le possibilità di utilizzo, e l'intervento da parte del contemporaneo non potrebbe che limitarsi alla manutenzione.

Il Museo, dopo più di due secoli di vita, è un dispositivo simbolico, come scrive Damisch, ha definitivamente acquisito il valore di un *monumento storico*, di depositario non passivi di memoria, di cultura, di valori religiosi e politici.¹⁸

Nel caso della città di Bilbao questo fenomeno è decisamente evidente in tutta la progettualità urbanistica del dopo-Guggenheim. Questa cittadina ha alle spalle un passato di città industriale, finito il quale si è caratterizzata per una sua rivalutazione economica

¹⁷ Sintomaticamente in Italia all'inizio del '900 si costituisce il restauro dei monumenti come disciplina autonoma nel campo dell'architettura.

¹⁸ La riabilitazione di aree dismesse di una città, di edifici o di interi quartieri equivale ad un *costruire* monumenti, ossia valori simbolici. Una museificazione che è rivolta solamente verso il passato. È in realtà una strategia di oblio, poiché la memoria si esplica non come recupero, ma come progetto per il futuro. Questo fenomeno è anche legato all'estetizzazione diffusa.

scommessa sull'arte. Il museo, con il suo valore di arte e turismo si è inserito, proprio con un effetto-urto, in un territorio caratterizzato da un'accentuata identità locale, culturale e soprattutto linguistica, provocando un effetto domino di continue ristrutturazioni e rifacimenti, in cui è possibile scorgere un'ossessione per il nuovo, una progettualità dell'anti-rovina.

Indicativa a tal proposito un'esposizione, tenutasi a Bilbao, *Trans/formaciones: Ciudad, espacios y tempo*. L'esposizione è suddivisa in tre parti: "Walter Benjamin", "Imajinatu Bilbao", "Taller Textil de Yin Xiuzhen "Commune", nel maggio 2001.

Una sala ospitava una scultura luminosa, un plastico della città di Bilbao, opera dell'artista Esther Pizarro. Nella sezione dedicata al pensiero di Walter Benjamin (che riproponeva la precedente tappa al Circulo de Bellas Artes di Madrid) gli argomenti dello studioso sono stati inseriti nel discorso specifico riguardante le trasformazioni della città di Bilbao. La sala con la scultura luminosa conteneva anche un racconto-video delle tappe della ricostruzione urbanistica cittadina, in cui il museo Guggenheim faceva parte di una catena sintagmatica dei simboli della cittadina, assieme alla squadra di calcio locale o alle tradizionali culturali.

Sulla base di questi valori il Museo Guggenheim di Bilbao è ascrivibile alla categoria del *monumento intenzionale*, poiché prevede, nel suo progetto il futuro intervento di manutenzione (anche le pratiche dei visitatori-turisti lo significano più come monumento che come museo).

La mia ipotesi è che le forme spettacolari che assume il nuovo monumento siano il risultato dell'aumento esponenziale del valore espositivo, basato sulla missione educativa, sorto nelle metropoli di fine Ottocento e nelle Esposizioni Universali. Esattamente quel valore espositivo messo in luce da Simmel e da Benjamin, si è tramutato oggi in una vera e propria funzione visiva.

Nel grafico seguente sono riportati i tradizionali valori del museo, in cui propongo di riferirli al contenitore spettacolare:



Fonte: mia elaborazione

Sul grafico ho determinato quali siano i valori che tradizionalmente si possono ascrivere alla memoria;

i valori della memoria non sono scomparsi, anzi vengono spostati all'edificio, dobbiamo però intenderlo come un monumento sulla scorta delle osservazioni di Riegl.

È noto che i musei contemporanei oggi attraversano un momento di forte crisi economica, ma non è soltanto nella carenza di risorse pubbliche o private l'unico motivo per cui i musei della catena Guggenheim, ad esempio, decidano, su strategie aziendali, di porsi e di comunicarsi come veicoli di merci piuttosto che come templi della cultura. Si tratta di un cambiamento che non riguarda soltanto la dimensione economica, si tratta cioè di nuove monumentalità in cui c'è uno spostamento semantico del concetto di monumento. Il monumento perde la funzione di testimoniare un evento o un accadimento del passato, è il monumento che ingloba il significato simbolico del museo *già in fase di progettazione dell'opera architettonica*.

Ora, da quando la fortuna del termine di "società dello spettacolo" (Debord 2008), ha determinato il ricorso alla nozione di spettacolo per individuare i nuovi aspetti che l'esperienza umana assume in ambiti diversi- non solo l'arte, ma anche la politica, l'economica, l'attività scientifica - come manifestazioni di un processo che mira alla

riduzione dell'intera realtà allo stato di spettacolo, lo spettacolo diventa un riferimento ineludibile per analizzare anche il fenomeno museale che tradizionalmente si è proposto, come una forma di spettacolo, forse in maniera più implicita e meno diretta, rispetto ai più immediati spettacoli del teatro e del cinema.

Rispetto al Guggenheim di Gehry lo spostamento semantico viene operato soltanto sulla forma; non c'è metafora in tale spostamento, ma catacresi **“una figura retorica con cui si estende la referenza di un segno senza farne una metafora”** (Fabbri 2008: 173). E quindi non c'è un vero e proprio spostamento perché **“è la metafora a costituire l'unica realtà e la metafora non può avere referenza”** (Ibidem)? Oppure, al contrario, questo edificio è un simbolo?

Il museo di Gehry, spettacolare nella sostanza dell'espressione, mette in mostra *il proprio valore di esponibilità*. È a causa di questo valore che il Guggenheim di Bilbao viene indicato come il “museo della globalizzazione”. Seguendo Hal Foster secondo cui il museo bilbaino espone “soprattutto il proprio valore di spettacolo”, lo spettacolo è diventato non mezzo di rappresentazione e di esibizione di oggetti, ma funzione. Questo fenomeno accade ugualmente in altri media di comunicazione, nel cinema ad esempio, lo schermo è un supporto che mostra la condizione di visualità del medio, nel museo, invece, in cui è presente il luogo solido, l'edificio, una parte di esibizione di se stesso non può non essere visibile.

Se il primo modello di museo mostrava occultando, successivamente nel museo si possono mostrare, cioè rendere visibili volutamente, gli allestimenti e i dispositivi della messa in esibizione.

“Esibire il proprio valore di spettacolo” è tuttavia diverso e appartiene alle nuove forme di musealità contemporanea. Soffermiamoci su questa funzione. A mio avviso, il museo di Gehry è un caso di spostamento semantico del monumento in cui c'è una funzione indicale, c'è una metonimia (Cfr., Fabbri 2008, cit.)

Abbiamo visto il valore della memoria, a questo dobbiamo aggiungere il valore estetico: esattamente all'indomani del 1789, data simbolica in cui viene collocata anche la nascita del museo, il monumento acquisisce la necessità del valore estetico.¹⁹

Oggi assistiamo all'evoluzione verso la funzione indicale: un monumento deve indicare qualcosa.

Ora, se parliamo di valore indicale ci stiamo chiaramente riferendo alla semiotica e alla tripartizione dei segni in simboli, icone e indici e in particolare all' "approccio segnico-tassonomico, proprio di una semiotica dei codici" caratteristico della semiologia di prima generazione (Eco 1968).

Abbiamo detto che nei monumenti la funzione testimoniale è oggi superata dalla funzione indicale, ossia dalla funzione di indicare qualcosa, funzione che sembra connotare, in maniera significativa, l'edificio architettonico del Guggenheim di Bilbao.

I segni di indice, simbolo e icona (Peirce) sono sostanzialmente tre modalità con cui si istituisce il rapporto conoscitivo col mondo.

La funzione dell'indice è quella di indicare qualcosa, proprio come un indice puntato verso qualcosa. Si tratta di un gesto che può essere decodificato soltanto dalla condivisione di codici sociali condivisi. Inoltre l'indice non costituisce una relazione di senso se lo spettatore non è in grado di inferirne un significato. In terzo luogo l'indice indica una tensività topologica e non temporale. Sulla base di queste funzioni deittiche e nell'ambito del tessuto urbanistico in cui è inserito, cosa indica il Guggenheim se non se stesso? O, meglio, cosa indica se non l'acquisizione del valore di monumento storico.

A mio modo di vedere, la rivoluzione da parte dell'architettura di questi ultimi anni risiede esattamente nell'aver inglobato tale valore, come una rivendicazione per l'architettura stessa di realizzarsi essa stessa come opera d'arte, di progettare musei che si auto-esibiscono come opera d'arte.

Il Museo-Spettacolo, in questo senso, pone fine al conflitto tra arte e architettura ed è per questo che oggi, a partire dal prototipo del Pompidou e dalla trasformazione che

¹⁹ In campo propriamente architettonico è con Leon Battista Alberti che inizia la progressiva sostituzione della memoria con la bellezza.

quell'esperimento ha inaugurato sul concetto di Museo, la categoria professionale degli architetti, oggi, si inserisce indifferentemente nel funzionamento del sistema della moda, progettando e costruendo "involucri, pelli, superfici dedicate alla *brand*" (Carmi 2009: 43).

Qual è allora la funzione su cui si articola lo spettacolo dell'architettura? Se la città è un discorso e un linguaggio, come delineava Roland Barthes,²⁰ in cui la città stessa entra in dialogo con gli abitanti e i soggetti che la percorrono, chiaramente anche il museo, come la cattedrale nel Medioevo, si inserisce naturalmente e simbolicamente in questa relazione dialogica.

L'immagine di seguito mostra un'installazione permanente del Guggenheim di Bilbao.

I criteri in base a cui vengono scelte le installazioni - escludendone altre - comprendono fattori politici, intellettuali che influenzano ogni collezione, ma per il nostro punto di vista gli elementi sono costruttori di un determinato significato culturale. Possiamo senza dubbio supporre che uno dei motivi più importanti sia costituito dall'inegabile interesse visivo che suscitano. D'altronde questo è un principio valido per ogni tipologia di museo.

Guggenheim Bilbao Museoa

Jenny Holzer (Gallipolis, Ohio,
1950)
Instalación para Bilbao
(*Installation for Bilbao*)

1997

Características:

Diodos luminosos
Dimensiones de ubicación
específica



²⁰ R. Barthes, "Semiologia e urbanistica", in Barthes 1991: 49-59.

E dunque dove si origina questo scontro nei discorsi? Nella tipologia degli oggetti che devono stare all'interno del museo? Sarebbe probabilmente ingenuo perché il museo di mostra essere un dispositivo perfettamente in grado di trasformarsi, lo vedremo a proposito dell'oggetto museale. Il concetto di contenitore è diverso dal concetto di museo. La necessità di contenere le immagini all'interno di un edificio architettonico, progettato appositamente, è molto più recente rispetto alla storia dell'umanità e dell'arte.

A mio avviso le ragioni di questo scontro risalgono a molto prima e precisamente vanno ricercate nelle caratteristiche con cui si è originato il museo moderno.

Il museo, secondo Pomian, nasce come sostituto della chiesa, caratterizzandosi come luogo di culto (Benjamin 2000). Ora, gli oggetti di culto, per definizione sono oggetti cui si *deve credere*; e la loro esposizione è regolata da una serie di elementi: gli oggetti sono collocati a distanza, piedistalli e cornici indicano. L'edificio Ci riferiamo a musei come il Louvre, il British Museum, l'Altes Museum. Il museo prende in prestito il dispositivo di funzionamento dall'istituzione ecclesiastica.

II.2. La spettacolarità *nel* museo: la configurazione dell'evento

Con l'espressione "spettacolarità nel museo", mi riferisco al ruolo del museo come medium per un pubblico di massa e come cornice di una messa in scena di "eventi artistici".²¹

Esposizioni temporali, blockbuster exhibition, mostre itineranti che si spostano da un museo all'altro, esposizioni su cataloghi lussuosi e in video: tutto questo insieme ridondante di segni, o isotopie costituiscono la cifra spettacolare dei musei, rappresentati

²¹ Su questo punto, in seguito ad una conversazione nell'ambito della redazione della tesi con il tutor, prof. Carmelo Strano, siamo arrivati alla pertinenza di considerare la caratterizzazione in senso spettacolare secondo la configurazione dell' "evento artistico" e di definire così la "spettacolarità nel museo".

dalla politica commerciale dei musei Guggenheim, con sedi a Berlino, Bilbao, Las Vegas, Venezia.

Il centro propulsore del fenomeno è, come abbiamo visto, l'estremo sviluppo del valore espositivo, valore che finisce per investire non più gli oggetti o gli artefatti ma l'esposizione stessa come valore artistico in sé:

"In reality art equates art event. Or to be more precise, if the artwork is to be effectively presented, it needs to be part of an art event. We are now living in the society of communication. Spectacle is the form. The spectacle, or the event is the very horizon and the bottom line of "reality". To hold an event, the institution is an indispensable physical condition. It is also more importantly, the ideological foundation. What kind of institution should be created is now the crucial question. This is because the institution is the central element in the power system or mechanism that defines the notion and boundary of art itself". (Hanru 2003, in Rectanus 2006: 381).

Ma che cos'è un evento artistico?

Un evento è un accadimento temporale, una rottura che segna una discontinuità in una continuità. Riguardo al museo, la temporalità dell'evento implica l'opposizione tra il diacronico della modernità (il museo con l'infilata di sale che installa un percorso storico) e il sincronico del contemporaneo (Krauss 1997).

Laddove nella modernità il museo si è costituito sulla base di una relazione col passato (l'esempio del Louvre è il più importante) l'evento presuppone la concezione di un diverso rapporto con la memoria.

L'evento è una rottura temporale, una discontinuità nella continuità, Carlo Diano (1952, in Lozano 2006) l'evento non indica l'accadimento in genere, ma il quod *cuique evenit* **"non c'è evento se non nel preciso luogo nel quale si è nell'istante in cui si avverte, anche se non sono i deittici *hic et nunc* che lo localizzano e lo temporalizzano, ma è l'evento stesso che nel suo dispiegarsi di significati temporalizza il *nunc* e localizza l'*hic*"** (Lozano 2006: 292).

Nel campo dell'arte Heinich distingue tra eventi puntuali: fiere, biennali, festival (Biennale di Venezia, ARCO di Madrid) ed eventi unici come l'esposizione commemorativa dedicata a Van Gogh, l'inaugurazione del Beaubourg nel 1976, il furto dell'Urlo di Munch. Sono accadimenti diversi ma tutti sono eventi.

L'elemento comune all'esposizione del pittore impressionista a alla notizia del rapimento di Munch è che l'evento è collegata alla dimensione autografa dell'arte.

Heinich si rifà alla distinzione proposta da Nelson Goodman tra "arti autografe" (forme di arte attribuiti ad un autore) e "arti allografiche" (le esecuzioni musicali, teatrali, opere riproducibili perché eseguite). L'evento artistico è dunque legato al regime della singolarità dell'opera, e la cosa più importante è che tale regime viene attribuito dagli storici.

In questa cornice l'evento creato dal museo determina anche il concetto di arte contemporanea che opera uno spostamento "del valore artistico, che non sta più nell'oggetto proposto ma *nell'insieme delle mediazioni possibili tra l'artista e lo spettatore racconti sulla fabbricazione dell'opera, leggende biografiche, tracce di performance, reti relazionali, groviglio di interpretazioni, tutto ciò contribuisce a creare l'opera tanto quanto la materialità dell'oggetto, se non di più*". (Heinich 2007: 65, *cor. mio*).

Se l'evento artistico è dunque una costruzione da parte di attori coinvolti nella struttura mediatica e degli operatori museali, quello che è importante è lo spostamento del valore dell'arte verso la visibilità mediatica.

II.2.1. Museo globale

La globalizzazione fa sì che i musei attuino una politica di internazionalizzazione, mi riferisco in particolare alle mostre itineranti che implicano il potenziamento della *visibilità dei musei* attraverso il marchio del museo: basti pensare alla creazione dei musei-satelliti come il Guggenheim, il Louvre, il Museo di Belle Arti di Boston con le succursali in Giappone, o il Centre Pompidou a Shanghai.

Essere in un mondo globalizzato significa inoltre che i musei devono adottare strategie aziendali per sopravvivere. Notoriamente il fenomeno della globalizzazione è un processo

di natura economica, inteso come l'effetto del sistema predominante dell'organizzazione sociale ed economica – il capitalismo – ma che allo stesso tempo, ha delle ricadute sulla vita reale degli individui (tanto che non è possibile non parlarne in termini di biopolitica). Esiste di fatto anche una globalizzazione culturale: la globalizzazione, o “mondializzazione” nell'accezione francese, presuppone una cultura condivisa universalmente grazie a Internet. La conseguenza sui musei è molto importante dato che, nonostante la loro origine marcatamente eurocentrica, sono divenuti un fenomeno comune a tutte le culture del mondo.

Questo fenomeno si installa sugli effetti che hanno prodotto le critiche delle Avanguardie al museo e sul generale cambiamento prodotto dalla *Nuova Museologia*. Il ripensamento del museo per definirsi come qualcosa d'altro che non un mausoleo di arte e poi l'elaborazione del concetto di ecomuseo, hanno prodotto importanti cambiamenti sulla natura stessa dell'istituzione: da un lato il dispositivo di musealizzazione investe non solo oggetti d'arte, ma interi patrimoni naturali, urbanistici e dall'altra, come succede nella società di consumo, il museo si propone come industria di intrattenimento.

A questo la globalizzazione aggiunge che da fenomeno squisitamente occidentale ed eurocentrico qual è, il museo può diventare un dispositivo di memoria su scala planetaria, tant'è che, contestualmente al concetto di globalizzazione si è immediatamente e reattivamente imposto il concetto di glocalizzazione, estremamente evidente nel principio dei musei comunitari nei paesi postcoloniali come l'America latina, che difendono il loro patrimonio culturale. Tuttavia “ **... desde las comunidades indígenas oprimidas en países del segundo o tercer mundo hasta las opulentas sociedades que miran hacia su pasado reciente o hacia un presente volátil, el museo se ha convertido en la única aparente manera de anclar ese etéreo dominio del recuerdo, de la memoria selectiva, infravalorando en ocasiones lo que se olvida o relega fuera del museo**”. (Grau Lobo 2009-2010: 31).

Il termine globalizzato è in strettissima correlazione anche con quello di spettacolo: “**La sociedad del espectáculo ha hecho de los museos lugares emblemáticos tanto por su**

arquitectura como por su contenido. Y sus estrategias para ampliar las fronteras fuera del cubo blanco. Ahora no sólo se pueden visitar las colecciones permanentes, sino exposiciones que atraen a grandes públicos, todo tipo de actividades en torno a ellas (desde fiestas, conciertos y ciclos de cine hasta foros de debates y talleres con niños), servicios (tiendas, librerías, restaurantes) y, páginas web cada vez más desarrolladas” (Huysen 1995).

La società globalizzata esercita un fortissimo ruolo nel modo di funzionamento dei musei. Questi gli effetti:

- Gli scambi tra i grandi musei per la realizzazione di grandi esposizioni tematiche ad effetto.
- Il disegno di esposizioni temporali itineranti tra le grandi capitali culturali.
- la creazione di prodotto espositivi, audiovisuali prodotti in concomitanza ai grandi eventi.
- la creazione di una rete di artisti.

I musei necessitano di una stabilità economica. Per questo le istituzioni culturali sia in Europa che e nel mondo realizzano iniziative commerciali.

Negli anni '70 nel Regno Unito, a causa della crisi economica con la crescita di una cultura globalizzata, i musei hanno sperimentato un cambiamento drastico.

Da enti pubblici finanziati si sino trovati a dover ricercare fondi per poter sopravvivere. In America invece la situazione dei musei è drasticamente diversa da quelle in Europa e in tutto il mondo. I musei americani sono infatti enti privati senza scopo di lucro, senza importanti collezioni e per questo caratterizzati come imprese che, per essere redditizie devono rimanere sul mercato.

II.2.2. *Blockbuster exhibitions*

I Blockbuster exhibitions sono un importante elemento legato al processo di globalizzazione, alla logica di mercato e alla “società della comunicazione”.

“Las exposiciones espectáculo son aquellas cuyo objetivo promordial consiste en presentarnos, a la vez, una serie de experiencias estéticas y pedagógicas, desde una perspectiva eminentemente lúdica y teatral. A mitad de camino entre la exposición clásica y el parque temático [...] las exposiciones espectáculo intentan combinar elementos propios de la exposición y del teatro, resaltando aquellos aspectos que tienen relación especial con la percepción de los sentidos” (Hernández 1998: 276).

Il museo in tal modo diventa il dispositivo tramite cui tutti i *mediatori* coinvolti nel sistema artistico analizzati dalla sociologia e dall'antropologia della ricezione d'arte: museografi, curatori, collezionisti, critici e riviste specializzate intervengono a costruire il rapporto tra le opere d'arte e lo spettatore.

Questo ci porta a considerare intanto che il museo, più che un tempio dell'arte, è un dispositivo capace di confarsi alle opere che espone e soprattutto in grado di costruire nuove strategie di museificazione.

L'ipotesi di questa tesi consiste nell'assunto che le forme di spettacolarizzazione nei musei mostre itineranti, blockbuster exhibition, possano essere considerate un'evoluzione dell'originaria *mission* didattica che si origina con la comparsa del pubblico borghese del XIX secolo, passando per la società dello spettacolo e giungere sino ad oggi, in una società fortemente mediatizzata. Al fine di sviluppare quest'idea possiamo rivedere il grafico precedente per evidenziare così, l'elemento da cui si origina l'attuale spettacolarizzazione nei musei, vale a dire il *valore espositivo*.

II.2.3. Valore espositivo

La sua importanza, come valore originatosi nelle metropoli del XIX secolo e intimamente collegato alla comparsa del pubblico borghese, fu messa in luce da Walter Benjamin che, in occasione dell'inaugurazione dell'Esposizione Universale di Parigi nel 1878, scrive - **“Le esposizioni universali sono luoghi di pellegrinaggio al feticcio merce [...] inaugurano una fantasmagoria in cui l'uomo entra per lasciarsi distrarre. L'industria dei divertimenti gli facilita questo compito”** (Benjamin 1995: 1519).

Queste riflessioni, a mio avviso, vanno esplicate come un concetto fondamentale per focalizzare il momento di inizio della relazione tra museo e spettacolo: in accordo con quanto afferma anche Damisch (1990), la presenza dello spettacolo nel museo non va ricercato nello stesso museo, ma nel dispositivo delle Esposizioni Universali, che il museo finisce per adottare in un secondo momento. Il principio delle Esposizioni è quello di rendere le “merci” estremamente visibili, dove per merci vengono compresi anche gli artefatti artistici.

Teniamo presente che le Esposizioni Universali, nel XIX secolo, mantengono un forte legame con la tecnica e la nascente industria e simboleggiano la fiducia nel progresso, difatti le esposizioni erano precedute da esposizioni a carattere nazionale dell’industria. (Ibidem) L’implicazione teorica per il museo (come luogo di conservazione e tempio dell’arte) è di ampia portata: nell’epoca della riproducibilità tecnica (Benjamin) il valore culturale, che caratterizza lo spazio museale dell’estetica idealista, finisce, mano a mano, con l’essere inglobato dal valore espositivo.

Insieme all’archivio e alla biblioteca, il museo costituisce un’isotopia della memoria. Ma i valori della memoria, basati sulle tecniche tradizionali di raccolta e conservazione, non sono sufficienti a formare per intero il concetto di museo, poiché è necessario che gli oggetti, come le merci, debbano essere esposti: in altre parole il museo è l’unione dell’archivio e dello spettacolo.

In questo senso lo spettacolo, nella misura concernente l’enunciato museale, è una “struttura narrativa elementare”; detto in altri termini, è importante mettere in rilievo come lo spettacolo possa essere considerato il “grado zero” del museo.

L’ipotesi di questo lavoro ritiene che, anzi, il museo *nasca propriamente* per essere spettacolo, come si è detto all’inizio. Affermando ciò, non mi riferisco soltanto all’origine moderna del museo del XVIII secolo, ma alla genesi antropologica dell’atto di esporre, da cui il museo si origina, sviluppandosi sino ad oggi.

Difatti, nonostante il museo sia un oggetto teorico e storico in cui si sommano diversi livelli addizionali (può essere analizzato come edificio, come esposizione o come istituzione), sia

che mostri degli oggetti, sia che si autoesibisca come monumento contemporaneo dell'architettura, la sua intrinseca specificità rimane quella di *esporre qualcosa allo sguardo di qualcuno* (Pomian 1978). Quindi il museo, nel suo significato più semplice si basa sulla relazione primordiale tra un soggetto che guarda e un oggetto che si esibisce allo sguardo.

Ed è propriamente in questa *specificità relazionale* che l'enunciato museale si costituisce come spettacolo. In *Semantica strutturale* (1966), testo che viene considerato la fucina di elaborazione della semiotica generativa (Pozzato 2007), il semiologo lituano Algirdas Greimas, elaborando il concetto di struttura narrativa che soggiace ad ogni testo, alla ricerca di un *trait d'union* che gli permetta di congiungere l'approccio narratologico a quello linguistico, lo identifica nello spettacolo, che il semiologo considera un'*unità narrativa elementare* in cui accade un'azione che performativamente agisce su un oggetto, trasformandolo. Lo spettacolo è, cioè, una struttura invariante (Greimas 2000: 236).

In questo passaggio si inseriscono due rilevanti problematiche: l'esperienza estetica e l'articolazione spaziale-topologica del museo che determina una relazione di visione piuttosto che un'altra, nella differenza ad esempio tra il modello della galleria e il modello della rotonda.

Per ciò che concerne l'esperienza visiva, dobbiamo tener conto che la spazialità del museo modernista è stato definito e analizzato come un luogo connotato dall'ideologia del vedere, il cui costrutto teorico spaziale è rappresentato dalla nota metafora del "cubo bianco" (*White Cube*) una vera e propria "tecnologia estetica" della modernità, che ha costruito il concetto di museo come uno spazio neutro, esclusivo ed escludente, concettualmente fondato dall'estetica moderna (O'Doherty (1999)

II.2.4. Gli oggetti

Dobbiamo adesso aggiungere gli oggetti contenuti all'interno di un museo. Tali oggetti non sono oggetti qualsiasi, sono anzitutto "oggetti esposti", ossia dei semiofori, così come li definisce K. Pomian (1978, 1997). I semiofori sono oggetti che non hanno utilità pratica ma che operano, piuttosto, un lavoro di intermediazione simbolica – e quindi agiscono – tra "il

visibile e l'invisibile": "[...] **Todo objeto se vuelve un semióforo como consecuencia de la descontextualización y la exposición. Y lo sigue siendo mientras esté expuesto. Esto es así porque colocar un objeto, sea cual sea, en una vitrina, en un álbum, en un herbario, en un pedestal, colgarlo en un muro o en el techo, separarlo con una cerca, una barrera, un cordón, [...] todo eso equivale a imponerle a las personas que se encuentran alrededor la actitud de espectadores, a incitarlas a voltear hacia ese objeto para observarlo**". (Pomian, 1997: 22, cors. mio).

Questa lunga citazione mi è utile per porre in rilievo l'importanza di tutti quei supporti solitamente presenti nel museo come cornici, piedistalli, vetrine, album, pareti, soffitti, recinti o anche semplici linee tracciate, necessari a definire un semioforo. Difatti ciò che determina l'attitudine alla spettatorialità non è l'oggetto in sé, ma l'insieme di tutti questi "indicatori deittici" di cui il museo non è altro che una macrocornice. **"La descontextualización y la exposición convierten al objeto con gran facilidad, distinguen al objeto, son excepcionales, contundentes, extraordinarias, sorprendentes, y, por esa razón, contribuyen a separarlo de los otros. Los semióforos que pertenecen a esta categoría serán designados con el nombre de expuestos. La transfiguración de la que provienen se realiza, en nuestra sociedad, sobre todo en las colecciones y en los museos. En otras épocas, esto pasaba en las tumbas, los santuarios, los tesoros y los palacios."** (Ivi: 23

Dunque una caratteristica dei semiofori è quella di creare lo spettatore, a imporre l'attitudine all'osservazione, pertanto possono essere considerati in virtù dell'esposizione (*exhibition*) che è allo stesso tempo sintassi e morfologia: in questo senso parliamo di testo-spettacolo, come struttura narrativa dello spettacolo: un soggetto e un oggetto in relazione. Tenuta ferma l'ipotesi di considerare gli artefatti esposti come semiofori, ritorniamo alla nostra ipotesi, ossia al fatto che tale originaria relazione si trasforma nel principio etico di educare il pubblico alla cultura nel momento in cui il museo si qualifica come istituzione pubblica e moderna.

Secondo Simmel le esposizioni d'arte rappresentavano il simbolo del cambiamento dell'arte moderna: **"Le esposizioni d'arte sono conseguenza e complemento necessari della**

moderna specializzazione dell'arte. All'unilateralità dell'uomo moderno in quanto creatore, supplisce il suo essere poliedrico quando percepisce". (Simmel 2006: 61, *cors. mio*).

Simmel in questo passo sta stabilendo un'opposizione, a prima vista, incongrua in quanto oppone l'artista (creatore) al soggetto percipiente (il pubblico). L'opposizione però riguarda due distinzioni e due periodizzazioni concettuali dell'arte che corrispondono a ai tre generi proposti da N. Heinich (2007) arte classica – moderna e contemporanea secondo una suddivisione non storica, ma di genere.

In particolare per arte contemporanea non si deve intendere il contemporaneo cronologicamente, come sinonimo di attuale, ma il "genere arte contemporanea" basata sulla sperimentazione, sulla trasgressione. La Heinich aggiunge che **"l'arte oggi viene concepita in tre modi differenti ... in base al grado di acculturazione degli spettatori"** e continu... **il valore artistico ... non sta più nell'oggetto proposto ma nell'insieme delle mediazioni possibili tra l'artista e lo spettatore"**. (2007: 65).

Dunque profeticamente Simmel, che scrive all'inizio del XX secolo, prevede il valore espositivo nello spostamento del significato dell'opera d'arte all'atto comunicativo verso lo spettatore.

La funzione educativa del museo farà leva grazie alle Esposizioni sul crescente ruolo del valore espositivo: "Il museo e le Esposizioni Universali" - scrive Benjamin – "condividono la stessa ideologia". È nel fenomeno delle Esposizioni che si origina il fenomeno della spettacolarità e che coinvolgerà il museo evolvendosi sino ad oggi. Sintomaticamente è proprio il valore espositivo ad aver contrassegnato il passaggio al museo "postmoderno" (Vattimo 1990), rappresentando il motivo principale che ha trasformato, nella società contemporanea, un'esperienza estetica, presumibilmente unitaria – degli amatori d'arte - in un'esperienza di tipo frammentario – del pubblico di massa –

Dato che abbiamo messo abbondantemente l'accento sullo spettacolo e sul museo in quanto "specificità relazionale", è d'obbligo accennare al recente concetto di "museo relazionale", sviluppatosi negli ultimi decenni, che pone l'accento sulla dimensione comunicativa del museo a partire dall'attenzione critica verso il pubblico (Bodo 2000). Il concetto di museo relazionale si basa su una serie di analisi condotte nel campo del marketing e delle strategie

di impresa e di comunicazione, ponendo come tema centrale l'analisi delle esperienze da offrire al pubblico.

Tuttavia, in questa sede, intendo delimitare il discorso sulla relazionalità del museo a partire dagli accadimenti avvenuti nel capo delle pratiche artistiche.

In particolare è stato il *ready-made* duchampiano (divenuto decisamente routine artistica) ad aver posto l'accento non sull'*intentio* dell'artista, ma sulla relazione tra opera e spettatore.²²

Il museo relazionale, per ciò che avviene nel campo dell'arte, si sviluppa a partire dallo spostamento operato da Duchamp a favore dello spettatore, essendo i *ready-mades* l'affermazione artistica in base alla quale qualsiasi oggetto può entrare nel *frame* del museo e diventare arte. La provocazione era eclatante per l'esplicito riferimento e coinvolgimento del fruitore, e, se da un lato, il gesto duchampiano precisava la funzione del museo come *medium*, senza il quale la desacralizzazione dell'oggetto estetico non sarebbe stata possibile, dall'altro esplicitava, criticamente, lo spazio del museo analizzabile come *relazione*. Nel 1957 è proprio Duchamp ad utilizzare e a dare importanza al termine *spectateur* conferendo così una centralità nuova all'osservatore: **“Somme toute, l'artiste n'est pas le seul à accomplir l'acte de création car le spectateur établit le contact de l'oeuvre avec le monde extérieur en déchiffrant et en interprétant ses qualifications profondes et par là ajoute sa propre contribution au processus créatif”**.²³ Un'opera d'arte ha un 'coefficiente artistico', è composta di due parti, essendo la prima ciò che l'artista vuole esprimere e la seconda ciò che non intende affatto esprimere. Secondo Duchamp, è in questo secondo momento che risiede il coefficiente artistico di un oggetto, cioè nello spazio semantico che mette in relazione l'osservatore e l'oggetto. Di conseguenza, il museo, ovvero lo spazio in cui l'oggetto viene messo in mostra diventa il luogo dell'effettiva produzione dell'opera stessa,

²² Una lettura del *ready-made* come liturgia, e quindi nel suo significato di rappresentazione, è stata messa in luce da Giorgio Agamben durante una presentazione orale nell'ambito del Seminario di Studi “Rappresentanza/Rappresentazione”, Università di Palermo, 2009.

A tal proposito riporto anche un'osservazione acutamente sarcastica, quanto sintomatica, dell'artista spagnolo Eduardo Arroyo, avvenuta durante una *personal communication*, che definisce Duchamp come colui che ha rovinato le pratiche artistiche del XX secolo.

²³ M. Duchamp, *Le processus créatif*, 1957, Intervento alla Convention of the American Federation of Arts, Houston, Texas, 3-6 aprile 1957, in *Art News*, vol. 56, n. 4, estate 1957.

così come accade nel codice teatrale secondo cui sono sufficienti soltanto due persone (attore e spettatore) perché ci sia spettacolo.

Il recente concetto di museo relazionale fa propria questa concezione e, come afferma Speroni (2002) “la innesta sul terreno della comunicazione” (Speroni 2002: 148). Se riteniamo che lo spettacolo sia una relazione intersoggettiva, da questo punto di vista, possiamo proporre che Duchamp porta ad un livello estremo ed essenziale la struttura narrativa dello spettacolo. L’“errore di sintassi” duchampiano ha comunque utilizzato la struttura narrativa dello spettacolo.

PARTE SECONDA

DISPOSITIVI, SGUARDI, STRATEGIE

CAPITOLO TERZO

Dal museo moderno al museo contemporaneo

... Le public est le grand absent de l'histoire des musées.

Forteau

III.1. Un quadro sinottico

Il seguente quadro sinottico si propone di compendiare, su una nomenclatura di termini oppositivi, le differenze tra il “museo classico” il “museo contemporaneo”:

Museo Classico	Museo Contemporaneo
Frame-Medium	Medium-Frame
Linearità della Storia 1	Spiralità 1
Pretesa di stabilire un ordine e una rappresentazione coerente di un qualsiasi insieme di opere d'arte 2	Sconfessione esplicita della pretesa di stabilire un ordine e una rappresentazione coerente 2
Struttura dell'esclusione ed Estetica della decontestualizzazione 3	Logica della Frammentazione 3
Autonomia dell'opera d'arte in rapporto allo spazio che la circonda 4	Logica di mercato e valore espositivo 4
Opera d'arte come <i>monumentum aere perennius</i> 5	Opera che mostra la propria temporalità ed "effimericità" 5
Volontà di creare una memoria storica 6	"Presentismo" 6

Esposizione delle opere d'arte da fruire secondo un ideale di perfezione formale 7	Effetti di spaesamento e di shock 7
Collezione come elemento fondamentale 8	La collezione non sempre necessaria a definire il museo uno spazio aperto al pubblico 8
Élite 9	Turista – Performer 9
Modelli espositivi tratti dallo spettacolo teatrale 10	Spettacolarizzazione e discorsi pubblicitari 10
“Far vedere” 11	“Far vedere il far vedere” 11

Se nel capitolo precedente abbiamo messo in rilievo le caratteristiche dei “musei superstar”, qui si vogliono esplicitare quegli elementi differenziali che segnano il cambiamento del museo nel corso degli ultimi due secoli.

È necessario fare una precisazione riguardante la scelta dell'espressione “museo classico/museo contemporaneo”. Sulla vaga assonanza con i generi musicali, ho optato per una dizione che mi è sembrata più neutra, e meno problematica concettualmente, rispetto

all'espressione di "museo moderno e postmoderno",²⁴ poiché ciò avrebbe comportato il mettere sul terreno d'analisi la tanto controversa questione del postmodernismo.²⁵

Sintomatico è il fatto che la difficoltà di trovare una formula linguistica quanto più adeguata, si poneva per il secondo dei termini oppositivi, vale a dire quelli che dovrebbero compendiare le caratteristiche museali attuali, che si costituiscono traendo senso nella reciproca opposizione.

Le analisi sul rapporto tra museo e postmoderno sono state elaborate, sotto diverse prospettive, da diversi autori, tra cui Krauss (1997), Crimp (1993), Vattimo (1990), Bois (2001), O'Doherty (1999), ma anche Greenberg (1998) e Danto (XXX) per ciò che riguarda più specificatamente il concetto di "opera d'arte". Il quadro sinottico compendia, in parte, le analisi appena citate.²⁶

²⁴ È una scelta lessicale concordata col prof. Zunzunegui, il quale, da parte sua, utilizza la formula "museo tradizionale e museo manierista" (Zunzunegui 2003).

²⁵ Il postmoderno è difatti una congerie molto complessa, diversi ed eterogenei gli studi dedicati a questo tema, per cui, in tutta la stesura della tesi, quando ci si riferisce al postmoderno, viene inteso nel senso originario che ne ha dato Lyotard a partire dal suo piccolo saggio pubblicato nel 1974.

Solo per ciò che riguarda l'uso dei termini oppositivi nel quadro sinottico, mi sono riferita alla lettura del postmodernismo di Ihab Hassan, un autore che identifica, come elemento importante del postmodernismo, il suo definirsi in antitesi al modernismo.

Stiamo inoltre attraversando una fase critica e concettuale in cui molti studiosi concordano sulla necessità di un oltrepassamento del concetto di postmoderno e questo complica di molto un concetto così fortemente complesso per cui la sequenza storica attuale è moderno – postmoderno - globalizzazione. Data una maggiore distanza cronologica rispetto alla postmodernità, il concetto di modernità offre la possibilità di una riflessione più strutturata, che si riflette anche nell'analisi del museo. Il museo della modernità è infatti una realtà sociale che si è codificata ed istituzionalizzata, che è entrata a far parte dell'immaginario collettivo; al contrario l'analisi del museo contemporaneo è molto più difficile, per cui è inutile, a mio avviso, porre delle divisioni nette tra gli ultimi due termini (postmoderno e globalizzazione) che non indicano periodi storici consequenziali, anche perché paradigmi diversi possono convivere anche per lunghi periodi di tempo. La categoria di postmoderno affermata nella seconda metà del Novecento, non è una categoria storica ma concettuale, così come "globalizzazione" che sostituisce il postmoderno a partire dagli anni Novanta.

Il caso del museo e il suo percorso verso la spettacolarizzazione è uno dei tanti aspetti, non l'unico, che forse può essere letto come uno dei prodromi di un futuro diverso sui musei. Va subito detto che non tutti i musei sono spettacolo e che anzi la contemporaneità è caratterizzata dall'esplosione delle tipologie museali, come mai prima nella sua storia. Il museo spettacolare è solo uno dei tanti modi di essere dei musei. Accanto convivono, ad esempio, musei delle tradizioni patrimoniali, che più si avvicinano al museo tradizionale, come il Museo del Prado a Madrid.

²⁶ Più precisamente "museo postmoderno" è un'espressione utilizzata da Vattimo, con la quale analizza l'istituzione museale come un oggetto che rispecchia la crisi del pensiero novecentesco e il passaggio tra il moderno e il postmoderno.

III.2. Il frame

Il frame è un dispositivo di incorniciamento. In un saggio dedicato alla rappresentazione pittorica Louis Marin riconosce alla cornice la funzione di deittico iconico: la cornice indica l'immagine che racchiude, come un dito e dunque come gesto comunicativo. Questo stesso gesto comunicativo può essere esteso oltre la cornice del quadro ed essere applicato al museo.²⁷

Come è noto, il museo moderno si è formato a partire da un'ampia e violenta azione decontestualizzante, la lunga storia del collezionare e dell'esporre può essere più ampiamente intesa come *una storia dell'incorniciare* (Somaini 2000), in un duplice senso, perché porre qualcosa in cornice vuol dire includere qualcosa perché contemporaneamente se ne esclude un'altra (punto 4 del quadro sinottico). Esattamente come il funzionamento del significato delle parole, che non dipende da una relazione tra un termine e un oggetto del mondo, ma dal rapporto di un termine con le altre parole della *langue* (Saussure 1916, in Borrelli 1995: 6). Nell'atto di mettere in cornice qualcosa, però, rimane occulto il tramite, o il medium, che permette la stessa possibilità di incorniciare. Come se il museo fosse un medium trasparente, invisibile, come se la sua funzione di mediazione si naturalizzasse (da qui frame-medium).

Questo meccanismo che può apparire naturale perché, per dirla con Foucault, il linguaggio organizza la scena della visione secondo l'ordine delle cose nel discorso, è stato percepito da molti autori, nella storia, come perverso ed estraniante: pensiamo ai sentimenti raccontati da Valéry, ad esempio.

A maggior ragione è necessario, oggi, sottolineare la componente del postmodernismo su tanta parte di studi dedicati ai musei, in un momento in cui il dibattito contemporaneo si incentra sul superamento di una società del postmoderno, in nome di un ritorno al "realismo forte" propugnato, in Italia, soprattutto da Ferraris. Il pensiero debole, propugnato da Vattimo un trentennio fa, non è totalmente assimilabile al concetto di postmodernità. Esso nasceva con un valenza politica, in consonanza col pensiero di Foucault e con le analisi del potere microfisico della società disciplinare, come strumento di lotta contro ogni "fissazione oggettivistica della Verità".

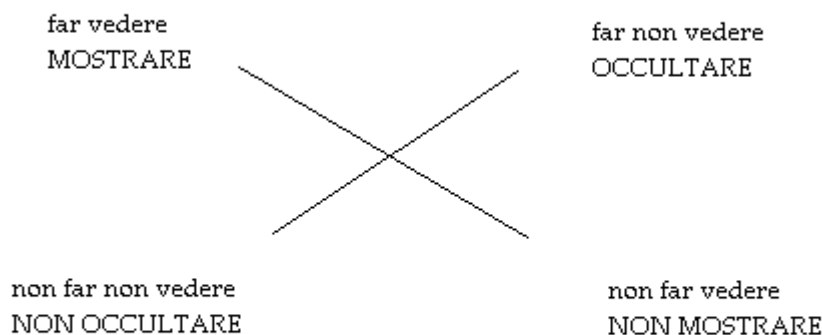
²⁷ Cfr., A. Somaini, La cornice e il problema dei margini della rappresentazione, in "Le parole della filosofia, III. Seminario di filosofia dell'immagine", www.lettere.unimi.it.

Il museo moderno ha immediatamente introdotto questo modello di rapidissima istituzionalizzazione combinando l'ordine tassonomico con il carattere sacro (Gombrich 1976, Damisch 1982), che al livello discorsivo, si manifesta attraverso il silenzio pubblico, un codice normativo che determina la pratica culturale.

Già solo questo elemento dimostra la differenza tra il museo moderno e istituzionale e un gabinetto delle curiosità come quello rappresentato in figura. Capita, a volte, che la storiografia non tenga debitamente in conto che la pratica del museo moderno poggia sull'interazione tra oggetti e spettatori e che è sulla base di questa produzione di senso che opera la museologia.

Al livello discorsivo, e quindi al livello dell'esposizione, la costituzione del museo si basa dunque su una strategia dell'esibire occultando.

Sul versante della semiotica greimasina, Zunzunegui (2003) articola quest'opposizione nel seguente quadrato semiotico:



Il quadrato semiotico è uno strumento che visualizza il livello profondo del percorso generativo del senso. Se da un punto di vista generale, questo vuol dire riconoscere la natura profondamente grammaticale del pensiero, al livello d'analisi, il quadrato permette

di visualizzare una narrazione ad un livello più profondo rispetto all'organizzazione sequenziale delle azioni.

Sull'articolazione scaturita dall'opposizione tra il mostrare e l'occultare si può così visualizzare il fare enunciativo del testo museale che corrisponde anche a quell'ideologia della visibilità o dell'oculocentrismo della società occidentale, di cui il museo, costitutivamente compromesso con la dimensione del guardare, non può non riflettere su di sé.

Nell'analisi di Zunzunegui il quadrato articola il "discorso" dell'esposizione, pertanto è al livello dell'enunciazione che si articola l'azione dell'esibire/occultando.

Ritengo che le opposizioni offrano spunti d'analisi suggestivi.

In primo luogo è evidente che il quadrato articola la relazione di visibilità, fulcro dell'enunciato museale e che di conseguenza preveda la presenza di uno spettatore. Qualsiasi relazione un soggetto intrattenga con qualcosa o con qualcuno, rinvia immediatamente al concetto di esperienza, in cui il soggetto attua delle competenze modali: un *fare* e un *saper fare*. Valore espositivo e relazione di visibilità dunque.

Al punto (11) delle opposizioni semantiche possiamo leggere che il *far vedere* si oppone ad un *far vedere il far-vedere*. Abbiamo già accennato a quest'ambiguità del museo, sia moderno che contemporaneo nei confronti del pubblico. Abbiamo detto che da una parte il *superstar museum* pone l'accento su un concetto di esperienza elaborata sulle strategie del consumo, promuovendo allo stesso tempo un'ampia forma di auto-esponibilità e di autopromozione.

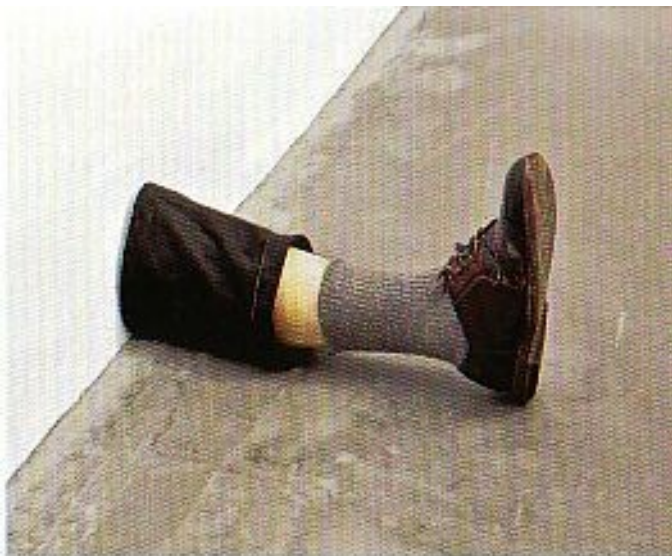
Tuttavia questa forma di auto-visibilità, oggi, non è soltanto un fatto che riguarda le strategie commerciali dei musei di marca o dell'edificio architettonico. Anche il museo virtuale (che non tutti gli autori accettano di definire come museo) si basa sul meccanismo di esibire se stesso: non essendo la sua funzione primaria quella di mostrare l'arte, quanto di ri-presentarsi.

Molti musei offrono delle visite virtuali, in cui è possibile poter accedere da internauti. Pezzini analizza, ad esempio, quella del nuovo museo del Quai Branly, a Parigi, un museo fortemente criticato nel passato, per la maniera di "musealizzare" oggetti provenienti dall'Africa, dall'Asia, dall'Oceania e dall'America. Perciò il nuovo museo, inaugurato nel

giugno del 2006, si ri-presenta, nella visita virtuale, come un nuovo museo, consapevole e responsabile delle diversità culturali. (Pezzini 2011: 108).

Il museo, cioè, mostra il mostrare; fa vedere il far vedere, non può fare a meno di auto-esibirsi. Non si tratta pertanto della possibilità di nuove immagini virtuali o semplicemente di un museo elettronico.

Aggiungiamo anche che questa fuoruscita metaforica del museo dalle tradizionali cornici concettuali, si può trovare anche pratiche espositive che mettono in scena il modo in cui il museo esibisce i propri meccanismi. *Far vedere il far vedere* investirebbe in tal modo il museo nella sua totalità.



Robert Gober, *Senza titolo*, 1989,1990

La figura mostra come le pratiche espositive mettono in scena il modo in cui il museo installa l'oggetto, la parete viene esplicitata come supporto alle modalità di montaggio. Il *curator*, ad esempio, può decidere di attuare una determinata strategia espositiva, sulla base di una varietà di motivi, come lo spazio in cui deve operare, i tipi di oggetti da esporre, la relazione personale con l'artista. Tutte questi elementi andranno a comporre il discorso proposto dal destinante collettivo.

Può anche accadere che un'installazione si identifichi addirittura con lo spazio espositivo, divenendone parte integrante, come nel caso di *Das deutsschlandgerät*, un'installazione che l'artista tedesco Reinhard Mucha ha progettato volontariamente perché diventasse inamovibile: il pavimento dell'installazione corrisponde a quello dello spazio espositivo.



Reinhard Mucha, *Das Deutschlandgerät*, 2002 (Düsseldorf Ständehaus K1)

L'installazione svela i vincoli della cornice museale, perché vuole sopraffarli. Ecco come una questione meta-testuale si trasforma in un problema di potere istituzionale

L'inserimento all'interno della cornice meta testuale del museo può anche avvenire con operazioni di camouflage, come nel caso dell'artista Harvey Opgenorth, che utilizza i colori sul proprio corpo per "mimetizzarsi" con i dipinti collocati nelle pareti della galleria (Fabbri 2008).

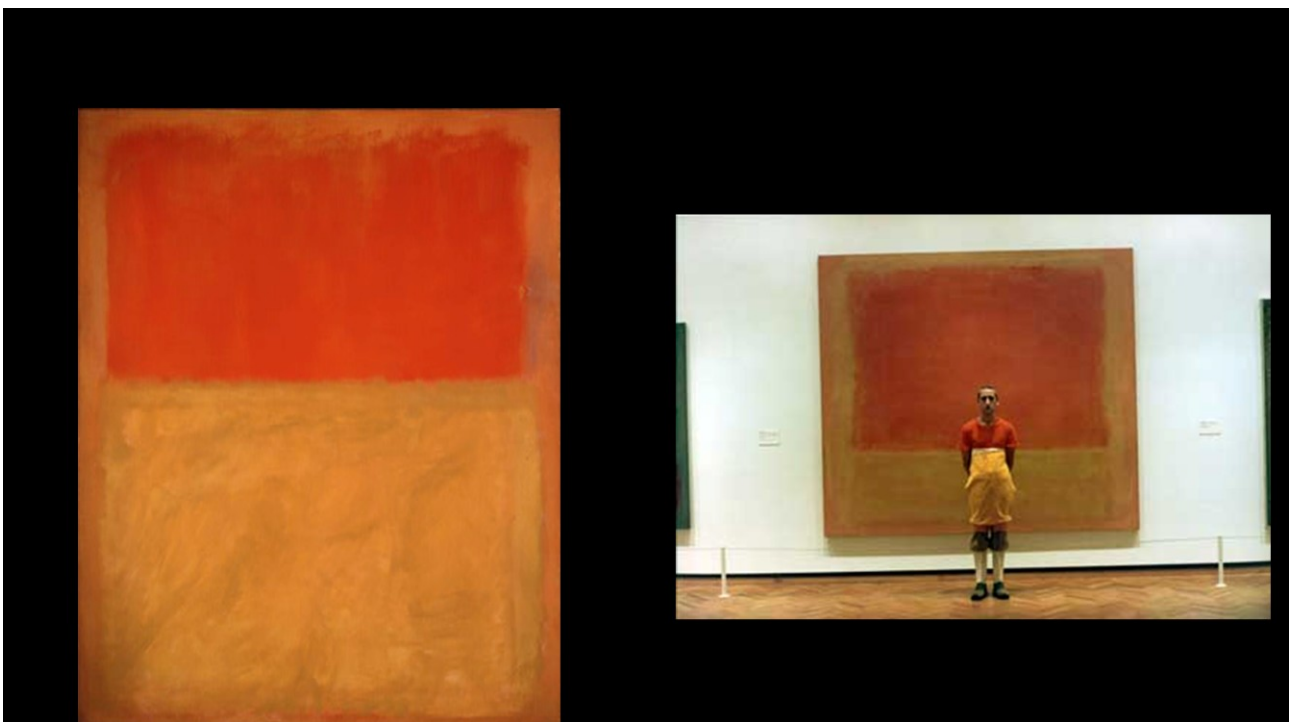
Si tratta chiaramente di un gesto sovversivo, ma allo stesso tempo ironico, contro il dispositivo museale e che, soprattutto, riesce a costituirsi in un'opera altra, rispetto all'originale utilizzato.

Non un falso, ma un trattamento efficace dell'opera. Opgenorth riesce ad attivare le pitture attraverso l'implementazione del proprio corpo, creando un'altra "opera".

Se questo gesto è possibile, è perché il performer utilizza il meccanismo della cornice museale, rendendola esplicita.

Non dimentichiamo che la funzione delimitante della cornice, sia nel senso della cornice “vera e propria” del quadro, sia nel senso della più ampia legittimazione istituzionale, ha segnato sino alla metà del secolo scorso, i confini netti tra ciò che è arte (perché accettata dal museo) da ciò che ne viene escluso.

Dall’azione incisiva e meta-testuale della cornice dipendono tutti i punti contenuti sulla parte sinistra del quadro sinottico.

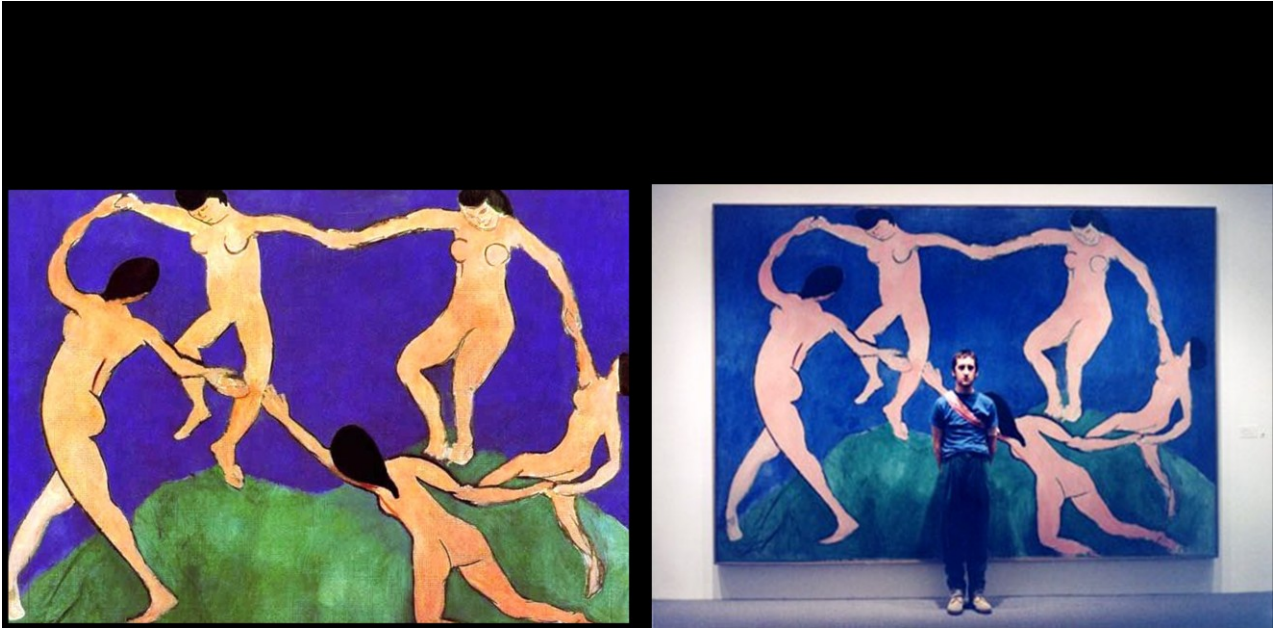


Le implicazioni che possiamo trarne sono significative, poiché questo implica delle strategie diverse rispetto al tradizionale mostrare, sia dal punto di vista espositivo perché il museo privilegia le tecniche di visualizzazione a scapito della specificità dell’oggetto.

L’aumento esponenziale del valore espositivo si tramuta in una vera e propria funzione visiva.

Soprattutto nelle esposizioni temporanee, uno dei motivi che più devono attrarre il pubblico è costituito dall’innegabile interesse visivo che esse suscitano. In tal senso il museo può

essere inteso come un “modo di vedere”²⁸ sulla base della considerazione che i musei, in genere, stimolano l’attenzione dello spettatore attraverso l’impatto visivo degli oggetti. I contenuti non devono essere necessariamente selezionati per la loro specificità, quanto per il loro valore di visualizzazione.



Il valore espositivo (Simmel 2006; Benjamin 2000) si trasforma in un valore di visualizzazione, in cui “la funzione visiva è riservata non solo alla forma dell’esibizione dell’arte ma anche all’edificio museale come spettacolo” (Foster 2002a).

Di fronte al macrocambiamento secondo cui ciò che si rende visibile è la visibilità stessa dei modi di esposizione, ed in questo senso Debray (2010) afferma che la società contemporanea non è più una società dello spettacolo, ma un’era del visivo; ci si domanda come l’articolazione delle relazioni di visibilità contenute nel quadrato semiotico, possa essere considerata alla luce di queste riflessioni.

²⁸ Il “museo come “modo di vedere”, riassume la prospettiva di S. Alpers (1991) e M. Baxandall (1991). Gli autori si concentrano sul tema dell’esposizione (exhibition) che può approssimarsi ad un dispositivo di vetrinizzazione. Bisogna anche sottolineare con Hubert Damisch, che il dispositivo della vetrina non nasce col museo ma con le Esposizioni universali e che il museo ha adottato successivamente sino a diventare, oggi, uno dei suoi aspetti più importanti (Damisch, 1982)

Se si volesse complicare uno dei termini sull'asse dei contrari e sostituire il "far vedere" con il "far-far il far-vedere" ciò complicherebbe in maniera non risolvibile l'articolazione di senso, e trasformando allo stesso tempo la competenza modale dello spettatore.

D'altronde quest'osservazione viene qui proposta soltanto per mettere in luce il processo di trasformazione e transizione del concetto di museo, che "può attestare la fine della tradizionale dialettica tra museo e modernità" (Huysen 1995: 53, trad. mia").

In questo cambiamento si rende palese anche l'insufficienza della metafora teatrale, tra il museo e la rappresentazione, che può essere superata soltanto a patto che, come negli studi sul consumo, lo spettatore venga inteso come facente parte della stessa scena, così da provocare uno spostamento da un museo inteso come cornice ad un museo inteso come medium.

In tal modo, parafrasando Baudrillard, non c'è nessuna società dello spettacolo perché non ci sono spettatori.

III.3. "Il catalogo è il sogno di ogni collezione"

Il museo moderno è frutto della mentalità illuministica ed è questo il motivo per cui non è possibile operare una separazione aprioristica tra musei scientifici e musei d'arte, ed è ancora questo motivo il motivo per cui una storia del museo possa coincidere con una storia del collezionismo, sino al XVIII secolo.

I musei d'arte o di scienza non sono sempre stati separati, la separazione è il frutto della specializzazione della scienza originatasi in età moderna. Se metodologicamente intendiamo il museo come un microcosmo, o meglio, un micro-universo semantico, che riflette al suo interno i valori della società e della cultura in cui è calato, possiamo costruire un'indagine allo scopo di mettere in luce, non l'oggetto che, nel caso del museo esiste da sempre, ma un sistema di nuove relazioni semantiche che lo facciano analizzare sotto altre prospettive.

Bisogna pertanto eleggere una “figura” che possa definire il processo istituzionalizzato e tecnico, atta a spiegare il Museo.

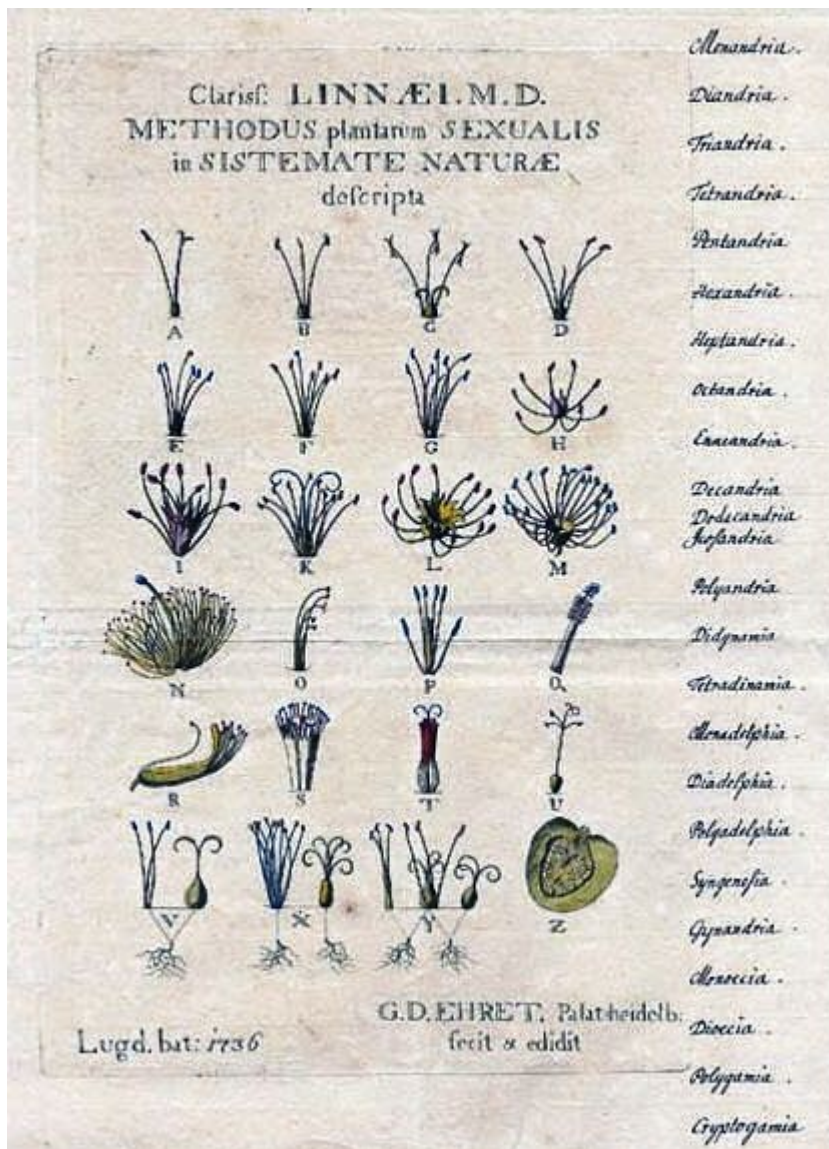
Una figura non è una metafora, o un’immagine, ma la risultante di una costruzione teorica della rete semantica dei discorsi atta ad analizzare il museo. Non è certamente nelle intenzioni di questa tesi quella di proporre nuovi oggetti teorici, la proposta è piuttosto quella di cogliere la suggestione metodologica offerta dallo storico dell’arte Ernst Gombrich e di utilizzare una delle “figure” da lui già proposte: il deposito (Gombrich 1979).

La mia proposta consiste di due livelli: sviluppare anzitutto un’idea, presente in maniera più o meno implicita nella letteratura consultata (Eco 2009, Stoichita 1998) che la figura del deposito si origini nella classificazione e tassonomia propria della scienza illuministica.

In secondo luogo verificare che l’ordine della classificazione scientifica verrà adottato anche per l’arte nel fare enunciativo del museo pubblico e moderno. Voglio dire, con ciò, che il principio della catalogazione che nomina gli oggetti per fini di studio scientifico non appartiene all’arte, ma alla scienza e che poi il criterio di una rappresentazione ordinata contribuirà a creare un preciso Discorso sull’arte sulla base dell’Oggetto museo.

Il passaggio di legittimazione culturale dal museo del secolo XVIII a quello del secolo successivo è il passaggio dall’ordine delle collezioni private all’ordine pubblico dei musei.

Nel secolo XVIII la cultura viene sistematizzata, ordinata, catalogata, inventariata: assistiamo ad una “culturalizzazione” della natura tramite l’illustrazione secondo l’ordine tassonomico e nominale, l’Erbario del medico e naturalista Linneo (1707-1778), rappresenta uno degli esempi più importanti perché vi è alla base il principio tassonomico per cui la catalogazione delle piante per *Numero, Figura, Disposizione* e *Proporzione*, costituisce un sostituto all’osservazione diretta del reale e della natura.



Esempio di classificazione delle piante secondo Linneo (1707-1778), per Numero di stami e pistilli.

Uno dei caratteri precipui della mentalità illuministica era l'anelito alla divulgazione del sapere, per i musei questo implicava che la scienza dovesse essere socializzata e per tale motivo ordinata al fine di essere esposta. Quest'interesse scientifico illuministico per lo studio della natura darà adito ad oggetti museali specifici, quelli che i museologi chiamano *naturalia*, che sostituiscono, a partire dal XVIII secolo l'interesse per i *mirabilia*, oggetti "meravigliosi" perché strani o eccentrici, significativi per le stanze delle meraviglie, o Wunderkammern.

L'ordine tassonomico e nomenclatorio della scienza determina, poco a poco, anche uno stile espositivo rispondente all'ordine e alla catalogazione, ma soprattutto alla nominazione..

Prima della rivoluzione di Linneo, la botanica era eminentemente descrittiva, formata da un sostantivo accompagnato dalla spiegazione delle caratteristiche o proprietà della pianta. A causa della continua scoperta di nuove specie, queste descrizioni erano destinate ad arricchirsi e ad allungarsi potenzialmente all'infinito.

Assegnando, invece, ad ogni specie vegetale due soli nomi (nomenclatura binomiale), la strategia di Linneo si rivelò efficace. L'importanza di Linneo, per ciò che concerne lo sviluppo di questo lavoro, riposa sull'atto di semplificazione che attribuisce ad un'immagine una nomenclatura.

Ciò implica che Linneo:

1. riconosce alle immagini la capacità di trasmettere un sapere teorico; purché
2. siano accompagnate da una didascalia esplicativa scritta.

Si tratta di un regime di visibilità che contraddistinguerà la maniera di articolare le esposizioni di oggetto dei musei avvenire, sino ai nostri giorni. Nelle illustrazioni corredate dalla didascalia scritta, il riferimento al sapere verbale è evidente; ma il linguaggio è presente nelle immagini anche in maniera non visibile perché le figure si correlano sempre ad una conoscenza di natura linguistica. La decodifica di diagrammi scientifici ad esempio, non ha bisogno di corredi esplicativi, ma di un codice che il lettore deve conoscere, sebbene colga l'immagine nel registro visuale. Le specifiche modalità di visualizzazione e le tecniche con cui vengono prodotte producono difatti una trasformazione dell'oggetto stesso (Latour 1990).

Se guardiamo adesso alla maniera in cui David Teniers il Giovane rappresenta la collezione privata di Leopoldo Guglielmo d'Asburgo, vediamo che l'ordine determinato dal

collezionismo è, al contrario, un ordine aperto, combinatorio (Stoichita 1998) evidente nell'accumulazione delle opere pittoriche.



David Teniers il Giovane, *La raccolta dell'Arciduca Leopoldo Guglielmo d'Asburgo, governatore Dei Paesi Bassi* 1650 ca., Madrid, Museo del Prado, particolare.

L'ambito deputato ad accogliere il quadro sarebbe appunto la "galleria", il "museo", il "Cabinet d'amateur", eredi dello "studiolo" rinascimentale italiano e della Wunder - und Kunstkammer tedesca.

Tra l'immagine che rappresenta l'ordine nomenclatorio dell'erbario di Linneo e il dipinto di Teniers c'è un collegamento: l'erbario rivela la tendenza all'esposizione ai fini di studio, la galleria d'arte, una lista innumerevole di dipinti, il deposito di cui parla Gombrich.

Il museo moderno è il risultato della loro congiunzione, avvenuta quando si innesta tra i due il dispositivo della vetrina, dei *passages*, ossia quando sorgono le esperienze estetiche dello spettatore rintracciabili nel vissuto delle metropoli ottocentesche attraverso le descrizioni di Benjamin, Simmel e Baudelaire.

Da una parte la scienza moderna si caratterizza immediatamente per la visualizzazione formalizzante e astrattiva (Walter J. Ong) perché la percezione visuale è sempre legata alla struttura del sapere veicolato dal linguaggio, per cui la relazione con il registro verbale assume le forme dell'"inventario" e del "catalogo". L'inventario non descrive, ma registra, è un documento che elenca in maniera seriale, organizzando gli oggetti in base a un criterio di ordine.

Il catalogo invece stabilisce una struttura reticolare sincronica, dove la modalità di riferimento tra l'immagine e la scrittura risultano stabilite da una disposizione spaziale degli elementi.

Qualsiasi insieme di oggetti può venire inventariato, invece una collezione, poiché si basa su ordine spaziale o su una rete di legami sentimentali del collezionista,, necessita di diventare catalogo.

"Il catalogo è il sogno di ogni collezione o, se si vuole, è la collezione come puro concetto". (Stoichita 1993: 111).

Ciò è dimostrato anche dal fatto che l'oggetto principe del Museo e dell'estetica ottocentesca è il quadro. L'oggetto quadro è recente e nasce nell'era dell'arte e dell'estetica, a differenza per esempio di un'icona che appartiene all'era precedente delle immagini (Belting 2006). Nella cesure mediologiche di Debray, idolo, arte, visivo, il quadro rientra tra la seconda; il quadro è indipendente, si può staccare e trasportare staccabile, è un

oggetto che può permettere l'esperienza estetica, perché intima, al contrario del museo, per questo il "cabinet d'Amateur", si origina come lo spazio che contiene e definisce il quadro.

III.4. Linearità e spirality della storia

Un problema comune tanto al teorico quanto al direttore di un museo è l'interpretazione storica dell'arte e il significato che si conferisce alla parola storia, se la si intende come cronologia o se, invece, come in questo lavoro, viene fondata su uno *specifico punto di vista*.

Detto in termini rozzamente semplicistici, tanto il direttore del museo quanto lo storico hanno in comune il compito di narrare una storia. Lo storico narra un evento, un accadimento, il direttore del museo narra una storia e, per questo devono scegliere un punto di vista. Per poter essere raccontato, un fatto storico, deve passare dall'immediatezza dell'evento, alla mediazione del racconto.

Nelle opposizioni tra il museo moderno e contemporaneo la "spirality" contrapposta alla "linearità della storia" vuole indicare la messa in crisi dell'epistemologia storicistica della modernità. Per quanto molto discussa, la fine delle "grandi narrazioni" storiche di cui parla Lyotard, è un dato accettato da molti studiosi. Per il museo ha significato mettere in discussione le cornici (metaforiche) e legittimanti che raccontavano l'arte dal punto di vista della storia evolutiva.

Anche se " **il museo offre certamente dei vantaggi**" - diceva Szeemann appena qualche tempo fa - "[perché] **garantisce una cura attenta del patrimonio e ha il potere di decidere di mettere nei depositi quello che non è attuale [...], ma il messaggio intrinseco al museo non muta, si risolve sempre a essere la mostra di un'opera d'arte presentata come un documento**". (Nuova museologia: 2002, cors. mio).

Szeemann si riferisce, qui, alla sua personale preferenza per l'esposizione effimera e temporale – che ha un inizio e una fine – in cui ritroviamo un problema generale di non facile soluzione, la maniera in cui il museo articola la dialettica tra il tempo e lo spazio.

È indubbio che il museo si caratterizzi estesiologicamente per le sue proprietà spaziali, piuttosto che temporali: le sale sono percorribili, gli oggetti visibili, udibili, potrebbero essere potenzialmente maneggiabili (fuori dai divieti normativi e disciplinanti dell'istituzione). E tuttavia il museo è stato quasi sempre analizzato come uno strumento della temporalità, cui delegare la rappresentazione di contenuti in relazione di *consecutività* e *sequenzialità*.

I problemi posti dalla museologia contemporanea, al contrario, urtano con questa categoria concettuale.

Soltanto in tempi recenti, infatti, sembra sia avvenuta una presa di coscienza della spazialità intrinseca al museo, ma questo è avvenuto soltanto in seguito ad alcune "prese di posizione" dell'architettura che hanno rappresentato un elemento di rottura e di urto, non solo nell'articolazione urbanistica, ma anche nel concetto di museo. Una delle prese di posizioni più significative contro il Guggenheim di Bilbao, divenuto ormai un simbolo della querelle, non si risolvono forse nella sua incapacità di svolgere la funzione di contenitore delle opere? nella sua poca disponibilità ad esibire l'interno, e peggio nella volontà di auto esibirsi?

E queste riproposizioni discorsive non si risolvono, in fondo, all'assurda considerazione di uno spazio che dovrebbe contenere il tempo, riproponendo ancora la categoria del museo come "tempio dell'arte"? E ancora, non possiamo non attestare che una presa di coscienza del ruolo estetico e percettivo della spazialità proviene da un versante, quello dei consumi, cui la filosofia e l'estetica guardano tradizionalmente con un certo sospetto. Eppure è un dato ormai evidente che il consumo ha da tempo, investito anche le attività e i luoghi della cultura, tra cui il museo (superstar museum) e che l'attenzione alla dimensione percettiva ed estetica dello spazio provenga dal marketing estetico, configurando come un dato ormai acquisito l'elemento più significativo della società dello spettacolo (Debord 1967) e cioè quella estetizzazione del quotidiano consistente nel fatto che le culture diventano merci e che le merci sono estetizzate. (Valeriani 2009). Luoghi del consumo e museologia della contemporaneità fanno, quindi, emergere una riflessione sulla spazialità.

Per quale motivo, allora, nelle riflessioni storiche o artistiche sul museo, quasi sempre la categoria d'analisi del tempo ha prevalso su un oggetto dotato di un edificio, di un elemento cioè solido, materiale, come se il vero significato del museo si risolvesse soltanto nel contenuto ritenendo, implicitamente, che il rapporto degli oggetti esposti con il passato potesse essere così evidente?²⁹

Vorrei tentare di articolare la possibilità di due argomentazioni che possono valere come chiarimenti a questo tema. La prima richiamandomi al museo come luogo dell'eterotopia di Foucault e la seconda interrogando la nozione di narrativa.

III.4.1. Un concetto foucaultiano: l'eterotopia e il museo

Di fronte alla constatazione del fenomeno della musealizzazione della memoria che caratterizza la nostra contemporaneità sotto forma di musealizzazione dell'olocausto, di musealizzazione della barbarie, del territorio/patrimonio, il concetto di eterotopia ci serve per mettere in evidenza una contraddizione intrinseca al concetto di museo.

Proprio il fatto di essere uno spazio fisicamente percepibile, empirico, percorribile con il corpo fa del museo un oggetto opponibile a quel fenomeno che Marc Augé ha definito dei non-luoghi. Da questo punto di vista il concetto di eterotopia foucaultiano è utile nella misura in cui mette in evidenza il fatto che ciò che caratterizza il museo non è l'attualità, ma la sua alterità (Belting 2006b), **“l'essere-altro è il suo vero significato [del museo], la differenza la sua *chance*, anche oggi. In quanto isola nel tempo è al tempo stesso un palcoscenico per cose che sfuggono alla serie temporale della surmodernità, per riprendere l'espressione con la quale Marc Augé designa la nostra epoca ...”** (Idem: 216).

Un museo è sempre un luogo inattuale perché è un luogo-altro, nel senso che sfugge alla serie temporale della surmodernità. In che modo? Come si sfugge alla serie temporale?

²⁹ Su questo punto, un'analisi semiotica delle pratiche museali, mostrerà come in realtà questo rapporto sia tutt'altro che evidente. Il rapporto tra l'oggetto va più efficacemente analizzato come una strategia narrativa basata sulla metonimia. Inoltre non dobbiamo mai dimenticare che un museo agisce come un frame e che, come i formalisti russi e il passato equivale ad un'esposizione metonimica.

È lecito pensare che l'ossessione per il tempo che ha caratterizzato il secolo XIX in cui si sono prodotti i grandi racconti storici si è trasferita allo spazio e che è proprio in questo passaggio la contraddizione del museo e l'esigenza di distinguerlo dal concetto di musealità?

Abbiamo detto che l'eterotopia è un concetto temporale: scrive Foucault che l'Ottocento è il secolo che "ha prediletto il tempo piuttosto che lo spazio" in cui "la grande ossessione ... è stata la storia e i temi dell'accumulazione del passato" (Foucault 2010:). E difatti il museo si è istituzionalizzato e consolidato nel corso del XIX secolo, il secolo dei musei come dice Malraux, ma sarebbe meglio dire il modello di museo basato sulla catalogazione, sulla definizione e sull'etica di "disciplinare lo sguardo" sul passato nel tentativo di dargli un ordine storico. Al contrario, il XX secolo ha visto l'emergere della categoria dello spazio. Però il modello del museo che accumula, conserva ed espone è figlio di una teorizzazione sul tempo. Questo è uno dei motivi per cui spesso non riconosciamo ai musei di ultima generazione, e il museo dello spettacolo appartiene a questa categoria, lo statuto di museo. Ora, mantenendoci soltanto alle categorie di spazio e tempo (senza inserire per il momento il problema legato agli oggetti esposti e l'importanza del valore espositivo) è possibile postulare diversi tipi di temporalizzazione che facciano luce sul cambiamento dei musei da quel primo modello a partire dal concetto di eterotopia?

La risposta è affermativa, ispirandoci ancora a Foucault possiamo proporre che il museo classico (vedi sezione *quadro sinottico*) è un'eterotopia dell'*accumulazione del tempo utile* mentre il museo contemporaneo, come il museo dello spettacolo, è un'eterotopia dell'*abolizione* del tempo. Nello spazio ideale dell'involucro (vedi capitolo *La proposta teorica*) avviene lo scontro (o la trasformazione) d'identità del museo. In questo spazio di confine si incontrano/scontrano due modelli di museo in un processo di continua traduzione.

Il tempo futile (museo dello spettacolo) si scontra con l'eterotopia dell'accumulazione del tempo (museo classico). Eterotopie contemporanee del tempo futile sono le fiere, le feste e villaggi-vacanze, mentre l'eterotopia del museo classico è quella di un tempo "utile".

Al di là di questa differenza, l'eterotopia rimane comunque un concetto teorico che serve a spiegare l'abolizione del tempo nelle pratiche sociali.

III.4.2. La narratività dell'articolazione spaziale

Il concetto di eterotopia non è però sufficiente a rendere conto delle articolazioni di senso dello spazio. Pertanto l'utilizzo di categorie della semiotica è probabilmente più efficace.

Considerare il museo come un tipo particolare di testo implica che venga toccato uno dei punti più controversi della disciplina semiotica, quello di pratica.

Questa nozione sussume tutta una serie di prospettive interne alla stessa semiotica come la semiotica dello spazio, la sociosemiotica, la semiotica della cultura, in altri termini sussume l'ambito delle semiotiche sincretiche. Anzi le analisi che ormai da molti anni vengono fatte hanno portato all'attestazione che è molto difficile imbattersi in un testo che non sia sincretico. Non esistono linguaggi specifici: questo punto di partenza è epistemologicamente sbagliato; nell'analisi dei testi non ci imbattiamo mai in un testo dato in una sua autonomia mono-sostanziale, non esistono testi che non rappresentino delle semiotiche sincretiche.

Questa prospettiva ci permette di giungere alla legittimità di considerare lo Spettatore come una categoria d'analisi vera e propria e riconoscerne così uno statuto epistemologico.

Le relazioni che avvengono in un museo sono una particolare interazione tra spazio architettonico, oggetti e soggetti. La tematica così impostata è molto affine al modo in cui la semiotica intende, ai fini dell'analisi lo spazio, metodologicamente inteso non soltanto dal punto di vista delle sue qualità estrinseche (quali i volumi e le forme) ma in quanto *spazio vissuto* e *agito* dai soggetti che con il loro movimento stabiliscono relazioni con specifici oggetti.³⁰

³⁰ Tale è l'approccio d'analisi che si ispira alla semiotica generativa di derivazione greimasiana che prevede l'assunzione di un modello narrativo per analizzare il rapporto tra le articolazioni spaziali e i soggetti che le esperiscono.

Pertanto la seconda argomentazione cui mi voglio rivolgere, per rispondere al problema dell'articolazione tra spazio e tempo, è la narratività, in particolare alle modalità che un'esposizione museale possiede per raccontare una storia.

Questa esigenza sorge quando accade che degli oggetti esposti non abbiano nessuna efficacia conoscitiva, e questa situazione si verifica quando si ritiene, erroneamente, che il *rapporto tra un oggetto esposto e il tempo cui esso appartiene sia evidente*.

In altri termini, rendere narrativa un'esposizione, non significa semplicemente collocare degli oggetti all'interno di una scenografia espositiva, per quanto essa possa rispondere ai requisiti di una buona illuminazione o alle condizioni dell'ottimale ambiente espositivo.

Abbiamo detto, accomunando il lavoro dello storico a quello del curatore di una mostra, che il processo della costruzione di un'esposizione museale è accomunabile al processo della narrazione di un evento. Ma come si può narrare un evento con gli strumenti offerti dal museo?

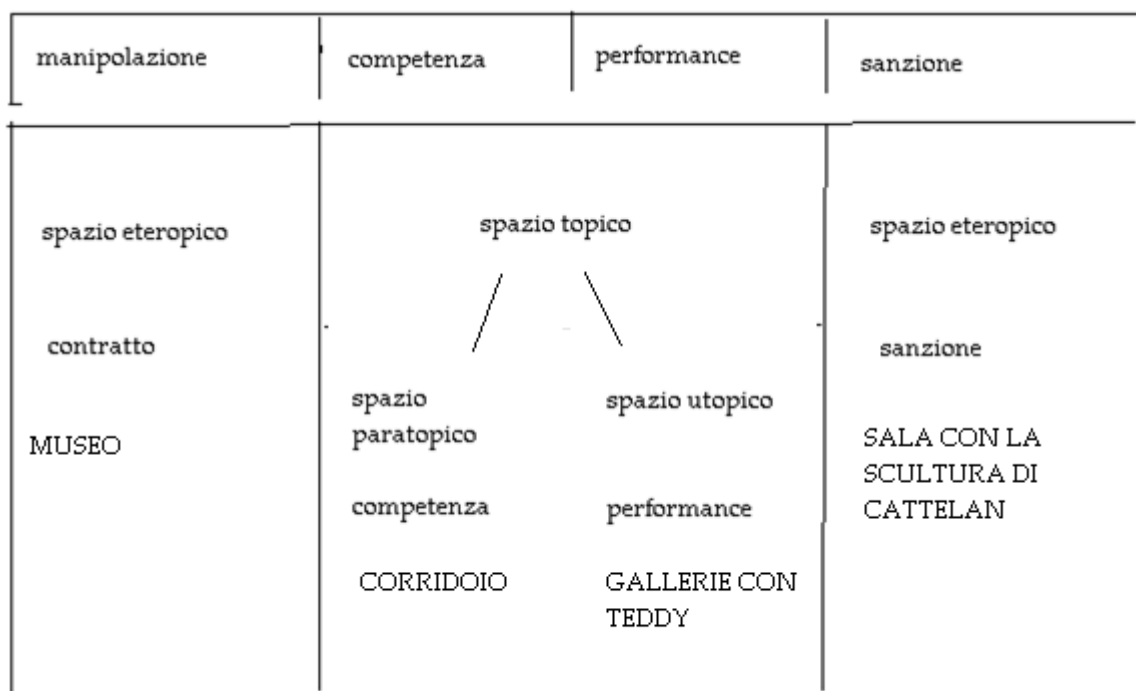
“L'avvenimento di per sé è inintelligibile o più precisamente privo di significazione.” Perché ne assuma una [...] è necessario integrarlo in una rete di altri avvenimenti in rapporto ai quali avrà senso: si tratta della funzione del racconto. È quindi all'interno della *historie-récit* che l'avvenimento, malgrado sia per natura unico e non comparabile, acquista significato per la sua posizione lungo l'asse del racconto, cioè il tempo.” (Lozano 1991: 136)³¹. Benché questa affermazione relativa al *discorso storico*, dovrebbe essere inserita all'interno dell'ampia problematica degli approcci teorici della storiografia e del ruolo degli storici, peraltro affrontata nel testo da cui la citazione è tratta, ai nostri fini è utile per focalizzare il fatto che un avvenimento acquista un senso soltanto nel momento in cui viene narrativizzato, posto lungo un'asse sequenziale-temporale.

³¹ Per lo storico, la narrazione è un problema metodologico, basti qui accennare all'ampissimo dibattito storiografico della scuola delle *Annales* e della complessa questione della storia *non-événementielle*, alla querelle tra la storia-problema e la storia-narrazione (Le Goff in Lozano, cit.,)

Ma l'aspetto più importante, ai nostri fini, è che, a sua volta, la narrazione **“oltre a fondarsi su un ordine degli eventi di tipo causale-temporale, articola i propri contenuti attraverso una precisa struttura spaziale”** (Marrone 2001b: 298).

Nella semiotica greimasiana, si tratta di una articolazione spaziale interna ad ogni tipo di narrazione. Nella spazialità narrativa c'è uno *spazio topico*, quello in cui il soggetto agisce, lo spazio *paratopico* dove il soggetto acquisisce le competenze necessarie all'azione, uno *spazio utopico* dove avviene la performance, l'azione vera e propria e uno spazio *eterotopico* dove il soggetto acquista finalmente la sanzione dell'azione svolta.

Strutture narrative profonde dell'articolazione spaziale



Oltre a questa articolazione profonda delle strutture narrative, vanno aggiunte altre articolazioni superficiali degli spazi, ed è a questo livello che si inseriscono tutti gli allestimenti di un'esposizione museale, come i pannelli, l'illuminazione, le indicazioni di orientamento.

L'allestimento di una mostra che voglia essere narrativa deve tener conto di questo doppio funzionamento della narritività: attorno all'oggetto esposto dovrebbe essere costruito un discorso che tenga in debito conto il funzionamento del discorso narrativo. In altri termini

il visitante dovrebbe essere messo nelle condizioni di attuare il programma narrativo profondo arrivando possibilmente ad un sanzione positiva.

L'allestitore di una mostra è insomma un narratore che anziché utilizzare il linguaggio, si serve di oggetti.

Intanto un'esposizione risponde sempre alla dialettica del mostrare/occultare, perché scegliere uno stile espositivo implica escluderne un altro; una storia deve tener conto di questi elementi che - qualsiasi sia l'oggetto che voglia raccontare - deve risolvere la dimensione di una storia come narrazione.

III.4.3. Analisi

Applichiamo adesso questi principi della teoria narrativa alla lettura di una singola analisi. L'elemento che mi preme qui comprovare è l'applicazione pratica del concetto di spirality applicato ad un'esposizione, contrapposto a quello di una narrazione lineare (quadro sinottico)

L'esposizione scelta si intitola *Partners (The Teddy Bear Project)*, a cura Ydessa Hendeles, tenutasi a Munich nel 2002.³²

Per accedere allo spazio espositivo il visitatore deve attraversare il corridoio della galleria. Ancor prima di accedere a questo spazio è già avvenuto un precedente PROGRAMMA NARRATIVO (PN), in cui c'è già una modalizzazione virtualizzante esplicabile in un *voler visitare*, congiunto ad un *poter visitare* (disponibilità di tempo, disponibilità economica etc). È a questo livello che si produce il contratto tra il museo ,che offre un programma di visita, che viene modalizzato nel *poter-visitare*.

Come scrive Zunzunegui, il poter entrare "**se configura, en buen número de países, como un don del estado moderno al ciudadano, símbolo de la voluntad de extender la cultura a**

³² L'analisi utilizza la descrizione, tratta da Bal (2009). La studiosa definisce quest'esposizione come un esempio di narrativa cinematografica. Qui si evidenzieranno, in particolar modo, le implicazioni delle articolazioni spaziali.

todas las clases sociales. Por tanto, puede darse una situación de *poder-visitar sin querer-visitar*" (Zunzunegui 2003: 69).

INTERNO/ESTERNO

Una delle prime categorie grazie alla quale lo spazio acquista una determinata significazione è quella che oppone la percezione di uno spazio interno ad uno esterno (Marrone 2001a: 349)

Il corridoio, in questo caso, è lo spazio che collega lo spazio dell'entrata al museo, allo spazio espositivo vero e proprio. Il corridoio è un elemento architettonico di passaggio, non vi si svolge nessuna azione, e assume le caratteristiche di un non-luogo (Augé 2005). È uno spazio di attraversamento, in cui non si sosta, se non per un indugio o per una sosta momentanea.

Nella particolare esposizione che stiamo esaminando assume il valore della *soglia* da oltrepassare, di un "luogo simbolico".

Inoltre, in questo caso, la divisione tra uno spazio esterno e interno assume dei contorni sfumati, dato che il corridoio è già all'interno del museo. Pertanto siamo in presenza di un fuori dall'esposizione vera e propria e un dentro il museo.

La sequenza narrativa è quella dell'ANDARE, quella che conduce allo spazio TOPICO, al topos espositivo. Nel corridoio si realizza pertanto, la seconda MODALIZZAZIONE del visitante: quella che permette l'azione dell'entrare.

Dopo l'attraversamento del luogo simbolico, il percorso museale prevede una svolta a sinistra per accedere così allo spazio espositivo vero e proprio. Una volta giunti allo spazio espositivo, il programma narrativo è quello dell'acquisizione della competenza (acquisire un tipo di sapere).

Descrizione dell'esposizione

Lo spazio si compone di una sala. Qui sono appesi una grandissima quantità di fotografie che si ripetono sino a coprire tutte le pareti secondo la tassonomia della ripetizione. Il campo metaforico adottato per denominare lo spazio dell'esposizione è quello *intimo e personale*.

A differenza del principio dell'etc. o della lista visiva (Eco 2009) che provoca l'effetto dello spazio infinito, qui l'effetto è piuttosto quello del rallentamento: la narrazione è ridotta enormemente perché il soggetto di tutte le fotografie è sempre lo stesso: Teddy, l'orsetto di peluche. L'atto creativo da parte dell'artista è quello di aver creato un'installazione attraverso un atto di collezionismo personale.

Lo spettatore gode del regime del *voler fare* e del *poter fare*. Il programma della visita è gestibile in piena autonomia.

Si accede quindi a due gallerie collegate da una scala. Anche qui le fotografie di Teddy ricoprono tutto lo spazio, dal suolo sino al tetto. All'interno della sala sono collocati dei personaggi: bambini e donne col peluche, marinai e fotografie antiche col peluche.

La persuasività di questo spazio è quello dell'ordine del *ricordo*: il tempo consumato del ricordo, rallentato dall'atto dell'osservazione cui non è richiesto un particolare impegno conoscitivo, ma un investimento patemico nei confronti del mondo perduto dell'infanzia, in cui qualsiasi persona può riconoscersi. L'indebolimento tassonomico, dovuto all'ossessiva ripetizione dell'oggetto del desiderio (Teddy, l'orsetto) induce lo spettatore a pensare, a ricordare, e ad essere persuasivizzato.

Teddy è un oggetto infantile, solitamente il materiale del peluche è morbido, caldo, accogliente come quello dell'infanzia. Tuttavia lo statuto degli oggetti è particolare, perché è quello estraniante del collezionismo.



Partners (The Teddy Bear Project), a cura Ydessa Hendeles, 2002.

Sequenza spettacolo: al programma dell'enunciatario corrisponde implicitamente anche il PN dell'enunciatore implicito, il "far acquisire una competenza".

L'efficacia può dirsi conquistata se garantisce che l'enunciatario (il visitatore) possa portare a termine il suo PN.

La sequenza sintattica di tipo cognitivo è

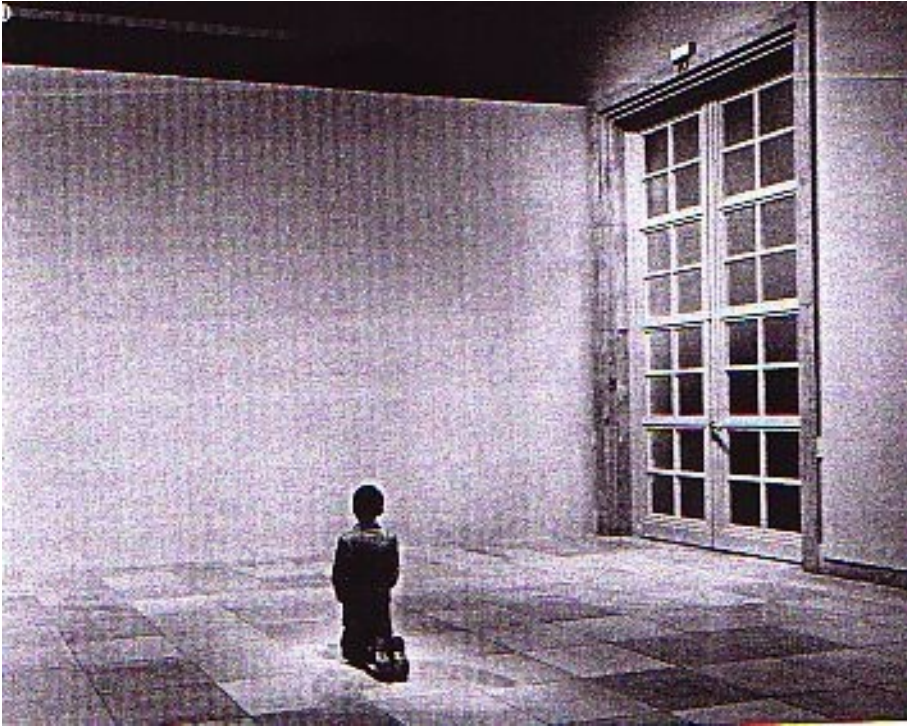
Non sapere → voler sapere → poter sapere → sapere

L'acquisizione di un sapere è possibile solo in quanto questo viene trasmesso attraverso una modalizzazione attualizzante. L'organizzazione del percorso museale è costruita in maniera tale che i vari *topoi* del percorso corrispondano alla direzione del percorso del visitatore.

Dopo questi tre spazi, una quarta sala invita ad entrare, grazie al meccanismo della porta spalancata. La porta qui si configura come una più netta soglia dell'oltrepassamento ad un luogo differente. Oltre la porta entra nel campo visivo dello spettatore uno spazio vuoto, il cui effetto è reso ancora più oppositivo con i tre spazi precedenti.

Al centro della sala, la sagoma di un bambino, inginocchiato a terra, che lo spettatore può guardare di spalle. La soglia invita ad entrare, è una porta senza ante, quindi non è dell'ordine degli ostacoli (si tratta di un meccanismo barocco solitamente utilizzato negli ampi sagrati delle chiese).

Il contrasto sul livello della sostanza dell'espressione è netto: le luci sono diverse, se nelle sale precedenti erano quelle domestiche della lampade, qui la luce è omogenea, nessun gioco di ombre. L'investimento patemico è quello della curiosità. Il bimbo è seduto a pregare di spalle e soltanto attraversando la sala, si può guardare in faccia il bambino inginocchiato, in cui si riconosce la faccia di Hitler, l'opera scultura di Maurizio Cattelan (2001).





Partners (The Teddy Bear Project), a cura Ydessa Hendeles, 2002.

III.4.4. Narrativa cinematografica: lo spettatore performer

L'esposizione appena analizzata viene definita come l'esempio di una narrativa cinematografica applicata all'esposizione museale (Bal 2009).

In tal caso, per utilizzare la metafora spettacolare, dobbiamo intendere lo spettatore come il punto di vista della macchina da presa, mentre nella metafora teatrale la performatività dello spettatore è delegata allo spazio scenico.

Mentre nella metafora teatrale, cioè, lo spettatore si identifica con l'attore, nel linguaggio cinematografico l'identificazione è con l'occhio della camera, e quindi, in ultima analisi, con quello dello stesso curatore.

Naturalmente sono situazioni limite, o ideali se vogliamo, nel senso che non tutte le esposizioni si qualificano come narrative. Per esserlo devono soddisfare le condizioni dell'articolazione spaziale nelle strutture profonde.

L'elemento interessante dell'esposizione appena vista, che si connette alla sua stessa componente cinematografica, sta nella tensione tra il movimento dello spazio del visitatore e il tempo. (Ricordiamoci qui delle opposizioni semantiche tra la linearità del tempo, così come era concepita nel modello di museo moderno e la "spiraltà" temporale delle esposizioni contemporanee).

Alla base del modello narrativo che stiamo utilizzando per spiegare il senso delle articolazioni spaziali e del loro rapporto con i soggetti che le esperiscono, si collocano, secondo la linguistica di Hjelmslev, il piano dell'espressione e il piano del contenuto.

Nella semiotica spaziale il piano dell'espressione è sempre un piano sincretico poiché vi si collocano tre elementi: le persone, gli spazi del loro movimento e lo spazio delle cose. Sul piano del contenuto troviamo invece un solo elemento: il fare del visitatore. Importante sottolineare che secondo la semiotica dello spazio (a differenza di una semiologia dell'architettura di prima generazione) esiste una relazione congiunta tra l'uso dello spazio e lo spazio stesso.

In altri termini uno spazio è significativo soltanto considerando le pratiche che i soggetti umani mettono in atto al suo interno. È questo un contributo accettato dello strutturalismo antropologico.

Nel caso di *Partners* tutta la significazione messa in atto dall'esposizione fa leva sul movimento degli spettatori. Certamente l'investimento è soprattutto di tipo patemico e lo spazio modalizzato dal progetto espositivo può essere quello di *voler-suscitare un'emozione* (oggetto finale, momento della sanzione). Siccome un voler-fare non ha nessun senso se non

si mettono i visitatori nelle condizioni di un poter-fare, l'esposizione per come è progettata, permette *il poter-fare del visitatore* delegando questa modalizzazione al movimento. Questo spinto dalla curiosità e dalla stranezza di una collezione.

Il movimento eseguito dallo spettatore è l'equivalente del movimento della macchina da presa (Bal 2009). Ci può essere uno sguardo corrispondente all'inquadratura generale, ciò deriva dalle caratteristiche intrinseche della collezione. Una collezione, proprio per la sua struttura di insieme, dà adito a due sguardi: l'intero e la parte. Allo stesso modo lo spettatore può decidere di guardare l'insieme generale, o un singolo pezzo specifico. In tal modo si crea un movimento dello sguardo simile a quello del primo piano.

Ma questo movimento dell'occhio/spettatore si fa molto più incisivo nell'ultima sala, quando mette a fuoco, cognitivamente, l'identità della faccia appartenente a Hitler.

C'è qui l'importante elemento dell'aspettualizzazione.

La museologia contemporanea "cada vez se ha vuelto más consciente del hecho de que la visita es, también un problema aspectual, procesual, articulando en forma de ritmos, de pausas, de sorpresas, de momentos de relajación" (Zunzunegui 2003: 71).

L'esposizione o in maniera più generale il museo, presentano un tipo di aspettualizzazione particolare perché è legata al movimento dei soggetti

Un'altra caratteristica del contemporaneo, sempre ascrivibile all'opposizione tra linearità della storia e spirality è l'uso della metafora visiva come in questa installazione di **Shahab Fotouhi and Neda Razavipour, *A few centimeters above sea-level, 2002***



Un'installazione basata sull'uso della sola metafora visiva viene compresa se sappiamo che l'artista ha voluto rendere le condizioni delle donne iraniane chiuse come i pesci nelle piccole bottiglie d'acqua pulita, appena due centimetri sopra dal contesto sociale in cui vivono.

III.5. L'attualità dell'esposizione: la relazione tra gli oggetti e gli spettatori

L'esposizione è un ambito molto interessante e produttivo per la presente ricerca: da un lato il *corpus* bibliografico è veramente esiguo³³ poiché, benché sia stata sempre una componente del museo, è "emersa" soltanto nell'arte contemporanea. Per la nostra prospettiva d'analisi è un elemento fondamentale, perché possiamo constatare, retrospettivamente, come i supporti si rendano invisibili nonostante siano essi a permettere e a determinare la visione. Gli storici dell'arte, tradizionalmente, hanno implicitamente riconosciuto l'autonomia dell'"opera d'arte", non tenendo conto di tutta una serie di elementi, considerati secondari o di scarsa rilevanza, come le cornici, le pareti, i supporti su cui le opere sono installate, persino le porte o le finestre, ossia di tutti quegli elementi che determinano il "potere dell'esposizione" (Staniszewski 2001).

Ciò è dimostrato anche dalle pratiche artistiche contemporanee che si qualificano è un'arte basata sull'esposizione e sulle installazioni. Analogamente a ciò che è successo per la

³³ La bibliografia relativa è in massima parte in lingua inglese e francese.

pittura, autori come Marin, Stoichita, ma anche Gombrich sono stati alcuni tra i primi a riflettere su questi elementi. L'attuale interesse per questa componente di rinnovata museografia somiglia a ciò che è accaduto per la riflessione pittorica. L'esposizione è difatti anche un problema di enunciazione, è un dispositivo discorsivo all'interno di un più ampio discorso visuale, in cui sono presenti elementi eterogenei. Le installazioni mostrano ideologie, valori estetici.

Che tipo di spettatore produce e installa un'esposizione?

Bisogna intanto fare una distinzione tra due tipi di esposizioni: da una parte le esposizioni che contengono soltanto oggetti, artefatti e dall'altra le esposizioni che negli anni '60 hanno incluso altri elementi: mi riferisco alle arti viventi come le performance, che includevano anche i corpi degli attori.

Possiamo distinguerle come esposizioni basate su un vero e proprio "sistema di oggetti esposti" ed esposizione come "spettacolo relazionale", laddove la relazione si riferisce chiaramente a degli spettatori.

La commistione e lo spostamento dei limiti tra esposizione e spettacolo (l'uno sembra inglobare l'altro e viceversa) sorge con gli happening o con il gesto di Duchamp.

Sono due discorsività completamente diverse, una cosa è l'esposizione di oggetti, altra cosa le arti

Potremmo dire, mutuando il linguaggio da Baudrillard e Goodman, l'esposizione come "sistema degli oggetti" ed esposizione come "arte in azione", aggiungendo che, a mio modo di vedere, l'esposizione museale non può mai identificarsi completamente con uno spettacolo, né nel caso di un sistema di oggetti, né nel caso di uno spettacolo relazionale. Queste due concezioni di esposizioni riflettono due modelli di museo, che si definiscono sui tipi di oggetti che entrano nel museo.

Se l'esposizione *Partners* può dirsi un esempio riuscito di esposizione, l'analisi delle immagini successive vuole mostrare, al contrario, un esempio di funzionamento espositivo inefficace.



Foto tratta da Internet (mia elaborazione)



Thomas Struth, *Stanze di Raffaello*, Fotografia (28.12.1990)

Le immagini rappresentano dei luoghi e dei soggetti molto noti, la sala del Louvre che ospita la Gioconda di Leonardo e le Stanze de la Signatura di Raffaello, nei Musei Vaticani. Ciò che è ovviamente incongruo con i luoghi e le opere d'arte è il comportamento dei visitatori.

La semiotica sincretica distingue tra un piano dell'espressione e un piano del contenuto, come qui riportato:

Semiotica sincretica

Architettura

piano dell'espressione

Spazio organizzato

Oggetti

Persone

piano del contenuto

Nell'articolazione dello spazio museale tutti gli elementi, come architettura, collezione, opere collocate, che offrono allo spettatore un determinato programma narrativo sono collocati sul piano dell'espressione, in cui gli oggetti si distinguono per sostanza (linguaggio dell'architettura, della pittura etc.)

Sul piano del contenuto c'è invece un solo elemento: il movimento dei visitatori.

Possiamo postulare un programma narrativo di queste persone nell'ordine del viaggio turistico:

Chi si è recato qualche volta in questi luoghi, sa bene che il tempo di sosta di fronte alle opere è molto breve, si ha la possibilità di uno sguardo veloce per permettere che il fluire delle visite.

Ciò che mi interessa di quest'immagine è di analizzare i meccanismi in base ai quali il museo si "comporta" come un dispositivo di potere.

Gli spazi disciplinanti sono caratterizzati dall'unione tra le condizioni di visibilità e i discorsi sociali. Pensiamo alla panopticon di Foucault (2005), ossia al modello di prigione costruito sul potere di disciplinare il comportamento dei detenuti soltanto utilizzando il dispositivo dello sguardo. Il comportamento in qualche modo si autodisciplina perché continuamente sorvegliato dal carceriere posto in alto.

Negli spazi disciplinanti la rete di collegamenti tra le condizioni di visibilità e i discorsi sociali (in questo caso il valore della pena) costituiscono il dispositivo.

Il museo, nel caso delle immagini, si comporta come un dispositivo di oggettivazione, che trasforma "un quadro o un'opera in un oggetto museale":

E un oggetto museale è in primo luogo un oggetto comunicativo. I musei delle immagini in questione, con tutta la loro carica di storia, di arte e di patrimonio producono un formidabile discorso museografico sul piano dell'espressione la cui articolazione di senso prodotta dal visitatore non può essere altro che quella della conoscenza, dello studio, della contemplazione.

Almeno questo in teoria è la costruzione del modello ideale installato nel discorso virtuale.

Senonché l'agire dello spettatore sul piano del contenuto qualifica in maniera diametralmente opposta il piano dell'espressione. L'eterogeneità sul piano dell'espressione non implica che ci sia una parallela eterogeneità sul piano del contenuto. Sono pertanto le articolazioni di senso dei visitatori che permettono di approssimarsi alle sostanze dell'espressione (Zunzunegui 2003).

In questo caso è possibile parlare di un "consumo simbolico spettacolare" da parte degli spettatori, creato dal funzionamento del dispositivo di potere, così come inteso da Foucault.

Ricapitolando possiamo fissare i seguenti punti:

- L'analisi semiotica si basa sull'osservare come venga costruito il discorso in modo da negoziare con gli spettatori impliciti un modo di rapportarsi al testo.
- È un'analisi che può essere stabilita anteriormente in fase progettuale, per prevedere un comportamento, oppure può essere fatta su un testo già fatto.
- L'analisi parte dal tipo di discorso *messo in atto*. In semiotica strutturale il discorso è il modo in cui viene articolata l'enunciazione, che consiste dell'*attorializzazione* (definizione del soggetto che agisce), *spazializzazione* (definizione del luogo in cui avviene l'atto comunicativo) *temporalizzazione* (organizzazione temporale de'atto comunicativo).

L'efficacia della metodologia sta nel fatto che **"l'enunciazione non dice soltanto chi, dove e quando produce il testo ma ci dà una definizione del Grande Assente dell'atto comunicativo medesimo, cioè l'ascoltatore (o lettore, o spettatore, o fruitore che dir si voglia) [...] Attraverso l'enunciazione, e utilizzando meccanismi semantici più profondi nell'ambito del percorso generativo, si delinea insomma un contratto potenziale con il lettore, che viene installato nel discorso secondo una dimensione cognitiva e una dimensione passionale"** (Calabrese, Volli 1995: 228).

- Nel caso di un testo museale siamo di fronte ad un'*enunciazione enunciata*
- Tutto gli elementi che stanno attorno ad'opera esercitano un'influenza su di essa, determina la percezione dell'opera
- Ogni forma di produzione testuale è costituita da una polarizzazione enunciazionale, che in questo caso è formata da un "discorso dell'arte" e da un "discorso del fruitore-spettatore", che possiamo schematizzare come segue:

Fare performativo	Fare della competenza
<p data-bbox="240 920 660 1021">Il sapere del sistema dell'arte enciclopedia</p> <p data-bbox="146 1115 753 1216">Produzione di senso dello specifico museo (Louvre) POTERE</p> <p data-bbox="177 1310 722 1411">Spazio del museo: la specifica sala che espone la Gioconda</p>	<p data-bbox="887 920 1370 1021">Il sapere dello spettatore- fruitore enciclopedia</p> <p data-bbox="892 1115 1366 1216">Discorso dello spettatore-fruitore interpretazione</p> <p data-bbox="799 1310 1461 1411">Movimento del fruitore-spettatore nello stesso spazio;</p> <p data-bbox="871 1440 1386 1473">Movimento che avviene su tre piani</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="986 1503 1273 1536">- pragmatico (fisico) <li data-bbox="995 1565 1264 1599">- cognitivo (<i>sapere</i>) <p data-bbox="831 1628 1430 1729">- estetico (impatto emozionale, livello non compatibile con i primi due)</p>

III.6. Relazioni visive

Da un dizionario specialistico traiamo un altro spunto: in anni recenti l'ICOFOM, allo scopo di realizzare un nuovo glossario di museologia, ha proceduto ad una ridefinizione delle sue tematiche più importanti. (TABELLA 2).

Nel *Provocative Paper* che precede il dizionario, sono presenti quattro differenti accezioni del termine "museologia", quella pertinente alla nostra prospettiva d'analisi considera la museologia una disciplina che studia le *relazioni* spazio-temporali tra lo spettatore e la "realtà"³⁴ http://www.icofom.com.ar/fr_index.htm

e dunque tra l'umanità e l'intertestualità sociale e culturale, che nello specifico museale è quell'interplay *esposizione-soggetto-oggetto*. **"Museology is a specific, independent scientific discipline that studies the attitude of mankind vis-à-vis reality, an expression of mnemonic systems under the form of different museal set-ups throughout history"**, (Stránsky 1980, <http://icom.museum/>).

"Museology consists of conscious, systematic collections and conservation and the scientific, cultural and educational use of inanimate, material, movable objects (above all in 3D), which document the development of nature and society", (Gregórova 1980, <http://icom.museum/>).³⁵

La definizione avvalga il carattere relazionale della fruizione museale, implicando da un lato un intendimento filosofico della museologia e dall'altro è congruo con una prospettiva d'indagine sociosemiotica che analizzi le *relazioni significanti che producono senso*.

³⁴ Il testo (consultato in rete il 3-III-2011). è riportato in appendice a questa tesi.

³⁵ La definizione pone l'accento, oltre che sull'elemento classico delle collezioni, sull'utilizzo di oggetti inanimati come quelli tridimensionali. Non a caso l'importanza riconosciuta oggi ai visitatori, negli studi di marketing museale, è andata di pari passo con l'evoluzione stessa della museologia nella sua progressiva differenziazione dalla museografia. La museologia, occupandosi di questa particolare relazione S-O indaga sulle tecnologie dei musei. Con il termine tecnologia non si intendono soltanto le trasformazioni tecnologiche, ma in senso più ampio il fatto che ogni cultura elabora sempre una tecnologia, cioè l'insieme di tutte quelle attività materiali e di conoscenza teorica della realtà, è molto utile tener presente la definizione che Marshall McLuhan dà della tecnologia, definendola come il modo di tradurre un sistema di conoscenza in un altro.

Poiché il nostro punto di vista è quello dello spettatore e del pubblico, in una diacronica che parte dal fenomeno del collezionismo, che si qualifica come un fatto prevalentemente privato e non pubblico, questa prospettiva potrebbe sembrare poco adatta o controproducente.

In realtà, nel collezionismo, il pubblico c'è e per di più riveste un'importanza strategica nell'articolazione di senso del fenomeno: il pubblico è lo stesso collezionista, anche se le stanze erano aperte ad una ristretta cerchia di persone ammesse a visitare le collezioni.

Le articolazioni spaziali dello studiolo umanistico, delle prime gallerie rinascimentali italiane e della Wunderkammer tedesca, prevedono la coincidenza tra il soggetto enunciatore e il soggetto enunciatario. Soltanto con la nascita del museo moderno il soggetto enunciatario diventa collettivo, ossia pubblico.

Ma questo non toglie né la presenza di uno spettatore, né l'utilizzo dello spettacolo. Durante la ricerca bibliografica ho avuto modo di leggere, grosso modo che l'utilizzo dello "spettacolo" nel museo è un modo per democratizzare e rendere accessibile opere di difficile lettura.

Intendere il museo come un mezzo di comunicazione implica riconoscere il fatto che i musei, per il modo in cui si sono costituiti nella società occidentale, sono spazi in cui ciò che viene mediato sono le relazioni sociali, conoscenza e potere.

Si è già detto che la relazione tra museo e spettacolo è costitutiva e originaria: il museo nasce per essere spettacolo. Alla base di quest'affermazione sto utilizzando il concetto di "semioforo" elaborato da Krzysztof Pomian (1997) ed è legata ad un regime di visibilità molto diverso da quello attuale. Se seguiamo la storia dello sguardo proposta da Régis Debray che pone tre stadi delle immagini, o "mediosfere: età dell'idolo, età dell'arte ed età del visivo, l'origine antropologica del fatto museale – non del museo inteso come istituzione moderna – si pone alle origini, quando l'immagine (non esiste sguardo senza immagine) è collegata alla morte, i semiofori sono suppellettili funerarie, che svolgono un lavoro di intermediazione "tra il visibile e l'invisibile", oggetti che esistono soltanto in virtù del fatto che "sono esposti allo sguardo di qualcuno". In questo senso il fenomeno

museale è qualcosa di originario ed arcaico, e a ben guardare un insieme di oggetti “esposti allo sguardo di qualcuno”, benché nel caso di oggetti funerari lo sguardo sia quello di uno spettatore virtuale (gli oggetti erano posti per i morti e non per i vivi) altro non è che una collezione.

Se intendiamo la parola spettacolo in questo modo è ben comprensibile il motivo per cui, in tutti i testi e gli studi, il museo viene fatto derivare dalla collezione.

Da un punto di vista generale e non specificatamente museale, il collezionismo è una forma antichissima di conoscenza e di appropriazione del mondo. Come afferma Lotman: **“Tutti i bisogni dell'uomo si possono ripartire in due gruppi. Gli uni richiedono una soddisfazione immediata e non possono (o quasi) venire accumulati. [...] I bisogni che possono essere soddisfatti mediante l'accumulazione di riserve formano un gruppo distinto. Essi sono la base oggettiva per l'acquisizione, da parte dell'organismo, di informazione extragenetica”** (Lotman 2001: 34).

La figura del collezionista è in un certo senso, a-cronica ed è applicabile al concetto di museo in ogni sua fase, dalle origini sino al collezionismo contemporaneo.

Nel riferimento iconografico il *Ritratto di un collezionista* del Parmigianino (FIGURA) viene rappresentato tutto quello che il collezionista desidera possedere, - mondo naturale e mondo artificiale insieme - quando ancora la rivoluzione epistemica e scientifica del 1600 non aveva separato l'arte dalla scienza (Bredenkamp 2006). Nel mondo dell'arte e dei musei contemporanei il collezionismo è un pratica complessa e legata all'aspetto mercantile, economico del “sistema dell'arte”, tuttavia esso influisce e ha influito enormemente nella formazione e nella conformazione degli stessi musei.

Cosa spinge l'individuo all'accumulazione di oggetti? Non si tratta soltanto del valore economico dell'opera, valore che si è costituito a partire dall'ascesa borghese ottocentesca che ha creato un proprio e complesso mercato valutativo dell'arte. In questo lavoro focalizzerò il collezionismo come matrice concettuale del museo, il modo in cui si autodeterminano a vicenda.

Il museo è la modalità in cui la società occidentale ha stabilito il suo rapporto con il tema della morte, sotto forma di memoria e oggi anche di spettacolarizzazione della memoria.

Il museo mette in esposizione oggetti, li classifica, li ordina, li sistematizza, li ricontestualizza e allo stesso tempo li risemantizza. Non solo, mette in ordine e riclassifica anche immagini. Questo meccanismo, per nulla scevro di critiche, dura per un secolo, sino a quando quello stesso meccanismo viene messo in crisi dalla postmodernità, nella sua valenza, di fine dei grandi racconti storici. Il museo feticizza l'oggetto d'arte, svela tutto il carattere ideologico di una società.

Se la collezione era il principio dominante su cui i musei sono nati, oggi essa non sia più sufficiente nel determinare il museo. Esistono musei senza collezioni permanenti e che si basano soltanto su esposizioni temporali. Vorrei sottolineare che la centralità della collezione è un fatto che non è appartenuto sempre e del tutto al concetto di museo: l'istituzione fondata ad Alessandria dai Tolomei era un areopago di studiosi, filosofi e letterati, lo stesso significato riportato da Diderot e d'Alembert e raffigurato ancora nel 1654 da Comenio.³⁶

Nella letteratura il collezionismo viene sempre indicato come uno degli antenati del museo, la cui determinazione topologica sono le gallerie di epoca rinascimentali di tradizione italiana, e le camere delle meraviglie di tradizione nordeuropea e se vogliamo trovare la voce "museo" nella fondamentale enciclopedia edita da Einaudi, dobbiamo cercarlo sotto la voce "collezione". E così l'*Encyclopédie* di Diderot e d'Alembert, scritta nel momento in cui nasce il neoelemento del pubblico (l'opera fu scritta tra il 1751 e il 1777) dedica soltanto poco spazio al museo e rimanda piuttosto alla voce "Gabinet" e al significato dell'areopago, osservando tuttavia che "il termine museo ha acquisito un significato più ampio e che attualmente serve a designare qualsiasi luogo ove siano conservati oggetti direttamente connessi alle arti" (Damisch 1982).

Queste assenze del termine museo, importantissime, sono l'altra faccia della medaglia e vanno lette mutuamente con le critiche feroci di cui il museo è stato oggetto da sempre, sin dalla sua origine, riportate in esergo.

³⁶ Nel 1654, Comenio, nell'*Orbis sensualium pictus*, alla voce "Muséum" rappresentava una biblioteca (Rizzi 1996: p. 133).

La centralità della collezione è tipica della cultura e della borghese e su questa oggi si appuntano molte critiche nei discorsi sociali sui nuovi musei. Alcune posizioni non accettano di classificare come museo un'istituzione che non posseda una collezione.

Collezionismo è diverso da collezione: il primo nasce da un bisogno primario dell'uomo, la seconda è invece un vero e proprio "sistema degli oggetti" escogitato per organizzare per sistemare, ordinare ed esporre degli oggetti.

Il frontespizio de la *Museographia* di Neickel rappresenta un ambiente chiuso e un ordine tassonomico.³⁷

Caspar Friedrich Neickel, 1727 *Museographia*



È una della prima concezione che attesta l'importanza riconosciuta alle esposizioni degli oggetti, al modo in cui la collezione viene presentata. Le indicazioni circa gli oggetti che vanno esposti, la tassonomia proposta attestano che all'inizio del Settecento comincia a

³⁷ Frontespizio dell'opera. Nel 1727 Caspar Friedrich Neickel pubblica *Museographia oder Anleitung zum Rechten Begriff und Nüsslicher Anlegung der Museorum oder Rarittitenkammer*, Leipzig e Bruslau. In quest'opera, considerata il primo trattato dedicato ai musei della storia, vengono affrontati problemi di ordine generale. Neickel spiega come utilizzare al meglio lo spazio espositivo, realizza una tassonomia delle collezioni, sottolinea l'importanza di utilizzare opere d'arte autentiche.

Questa la tassonomia: "Schatzkammer": ambiente che contiene oggetti preziosi, "Raritätenkammer" ciò che contiene rarità, "Galerien": ambienti lunghi e stretti, con oggetti, statue e quadri; "Studio Museum": contiene oggetti e libri, "Naturalienkammer": contiene oggetti naturali, animali, vegetali e minerali; "Kunstkammer": contiene metallici, vetro, ceramica, monete, quadri; "Antiquitätenkabinett": contiene reperti archeologici.

porsi il problema della relazione educativa, comunicativa e pubblica dell'esposizione. L'opera di Neickel attesta il cambiamento nella concezione del museo.

Un cinquantennio dopo assisteremo alla Rivoluzione francese e al cambiamento fondamentale che porterà alla costituzione istituzionale dei musei: il pubblico e le collezioni, in cui l'ordine tassonomico diventerà preponderante. Difatti il problema della collezione è l'ordine, non il disordine o il caos. Caos equivale non a confusione ma a complessità e la collezione deve ridurre la complessità. Lo fa attraverso le relazioni istituite tra gli oggetti (anche qui la riproposizione dell'elemento fondativo della relazione). La collezione, scrive Walter Benjamin, è **“un grandioso tentativo di superare l'assoluta irrazionalità della semplice presenza dell'oggetto mediante il suo inserimento in un nuovo ordine storico appositamente creato [...] Tutto quanto fu oggetto di memoria, pensiero, coscienza, diviene piedistallo, cornice, basamento, scrigno dei suoi possedimenti”** (Benjamin 2007: 214).

Le collezioni nascono come fatti privati lo studiolo italiano, la galleria rinascimentale e le *Wunderkammern* prevedevano non tanto un'esposizione quanto un'esibizione ad un pubblico ristretto e anch'esso privato, potremo dire, in quanto si trattava di conoscenti o amici del signore, mecenate o collezionista. Se vogliamo ritrovarvi il concetto di esposizione questa si identificava *in toto* con il collezionista stesso.

Potremmo trovare qui uno degli elementi (non l'unico) che hanno contribuito alla costruzione di una concezione elitaria dell'arte. Quando il museo diviene pubblico, entra in conflitto con il precedente modello che prevedeva solo una cerchia ristretta di persone ad essere ammessi alla vista. È importante sottolineare che è il medium a significare una concezione artistica, non è l'arte che è in sé ad essere elitaria o massiva.

Ed il pubblico, quel nascente soggetto collettivo (oggi di massa) implica competenze modali molti differenti rispetto allo Spettatore installato nello spazio enunciato di una galleria rinascimentale, ad esempio. Si potrebbe obiettare che anche nelle camere delle meraviglie esisteva un'esposizione, ma, fatto assolutamente fondamentale, era un'esposizione per lo stesso collezionista.

Ed è il collezionista il soggetto per cui è plausibile parlare di esperienza estetica.

III.6.1. La frattura dal sacro

“Questa casa ha uno strano effetto sulla gente, si comportano come se fossero in chiesa”. Queste parole appartengono a Bernard Berenson e si riferiscono a *I Tatti*, la villa di sua proprietà che ospitava la grande collezione d’arte. L’unione tra la sfera del sacro e un luogo d’arte, evocata dalle parole di uno dei più noti *connoisseur* e collezionisti, è più di una metafora.

Thomas Struth
San Zaccaria,
Venezia



L’interno di una chiesa (San Zaccaria a Venezia) e le due diverse tipologie di persone al suo interno, che il filosofo italiano Gianni Vattimo³⁸ chiama “turisti culturali” e i “fedeli in preghiera”³⁹ mostrano che la tradizionale distinzione tra chiesa e museo, l’una come luogo di culto e di esperienza religiosa e l’altro come luogo dell’esperienza estetica è una distinzione che oggi tende a sfumare e a svanire.

³⁸ “L’esperienza di Sant’Ivo alla Sapienza”, in Vattimo 1984.

³⁹ La stessa giustapposizione ho ritrovato in Luisetti 2006: 163-186.

L'Estetica moderna prediligendo il costrutto dell'esperienza estetica a prescindere dai luoghi e dalle pratiche delle persone che li percorrono, ha occultato la relazione culturale tra chiesa e museo, la cui distinzione secondo l'analisi di Vattimo, viene introdotta soltanto dal pensiero moderno per far fronte alla secolarizzazione dell'arte.

La foto di Struth non mostra un'innocua distinzione di due esperienze differenti, ma un conflitto tra due spazi significanti, quello sacro dei fedeli e quello profano dei visitatori. Essa sembra mostrare due concetti legati al museo: il tesoro e il santuario.

Ricorrendo ancora al linguaggio figurativo di Ernst Gombrich egli indica nella concatenazione delle cosiddette "figure del museo": tesoro, santuario, deposito e esposizione didattica un percorso tematico che sussume in sé il concetto di museo (Gombrich 1986). Nessuna di queste figure si identifica totalmente con il museo, ma tutte concorrono a significarlo.

Nella procedura discorsiva di Gombrich, volta a classificare figurativamente un discorso storico sul museo, le figure del tesoro e del santuario sono in qualche maniera ideali e astratte che possono concretizzarsi solo in delle pratiche specifiche di cui una legata alla sfera del sacro; deposito ed esposizione sono specificatamente due figure spaziali e più vicine alla semantica moderna del museo.

Tesoro e santuario indicano rispettivamente il collezionismo e il pellegrinaggio ossia le ritualità legate alla sfera del sacro che costruiscono il senso di un luogo: il collezionismo e il pellegrinaggio sono due pratiche, individuale l'una e collettiva l'altra che, congiungendosi, hanno dato origine al concetto di museo e alla sua intrinseca ambiguità. Tesoro e santuario sono condizioni necessarie, ma non sufficienti per potervi riscontrare caratteristiche significative del muso moderno: è necessaria l'unione di ambedue ed è in questa intersezione semantica che sorge il soggetto visitante. I santuari erano chiaramente la meta dei pellegrini e in maniera acuta Gombrich accosta il *monumentum* al *souvenir* come due isotopie della commemorazione, facendo dell'antico pellegrino il prototipo del turista contemporaneo, lo stesso che possiamo guardare nell'immagine di Struth. E come la chiesa "non ridefinisce mai se stessa come semplice contenitore" (Lugli 2003: 61) anche il museo ha imposto la sua connotazione distintiva come luogo di culto (Benjamin 2000) trasformando il

contenuto in oggetti “assorbiti nella logica della credenza” (Ibid.) Ci riferiamo a musei come il Louvre, il British Museum, l’Altes Museum. Da qui le tradizionali concezioni del museo come tempio.

Poiché il museo appartiene “in primo luogo alla sfera del simbolico” (Damisch 1982) funziona come un dispositivo di memoria e di sacralizzazione.

Anche secondo Pomian il museo nasce come sostituto della chiesa, quindi come un luogo di culto. Ma c’è un doppio collegamento tra museo e chiesa, il primo museo nel senso congiunto di tesoro e santuario è stato paradossalmente il Museo del Vaticano. Non il Louvre, non il British Museum. L’elemento interessante è che il Vaticano non esponeva arte sacra, ma profana. In tal modo creava e legittimava il concetto di arte.

Ma non solo: come fa notare Strinati a proposito dei visitatori: **“Si va ai Musei Vaticani per vedere la Cappella Sistina, ma la Cappella Sistina non è un museo, è una cappella sul territorio ed è un museo solo perché per vederla bisogna passare per l’ingresso dei Musei; anche le Stanze di Raffaello sono territorio, non museo”** (Strinati 2008: 11, *corsivo mio*). L’esempio mostra in maniera molto chiara la difficoltà nel definire stabilmente il concetto di museo che nel caso specifico dei Musei Vaticani pone la questione se è il territorio ad essere musealizzato **“in quanto i beni sul territorio vanno percepiti in un’ottica museale o se è il museo in realtà una componente del territorio tout court”**. (Ibidem). Se poniamo la questione dal punto di vista della pratiche significative dei visitatori non c’è dubbio: il museo è ciò che viene *percepito tale*, ossia un luogo significativamente simbolico e per questo degno di essere visitato.

Sono le relazioni intrinseche alla collezione che trasformano l’oggetto in semioforo (Pomian 1978), in qualcosa “degnò di essere visto” e dunque meta di una forma secolarizzata di pellegrinaggio. Come dire che ciò che fa di un luogo un museo è la pratica degli individui nell’interazione con degli oggetti.

Il museo ha preso a prestito due volte i dispositivi di funzionamento di altre istituzioni: al momento della sua nascita dalla chiesa (Pomian 1978) e successivamente dalle esposizioni universali (Damisch 1990). Thomas Struth riesce a raccontare, con le sue fotografie, il turista contemporaneo. riesce a far emergere il nuovo soggetto collettivo di “musei/spettatori” e a

rendere visibile il nuovo culto del soggetto postmoderno: la fruizione dell'opera d'arte in uno spazio museale (figg.)⁴⁰ Struth sceglie i grandi musei, le grandi opere d'arte, come il Prado, il Louvre, Velázquez o Veronese, modelli di musealizzazione per antonomasia, mettendo in tal modo in risalto la presenza dei visitatori. Un'opera nell'opera, potremmo dire. gli oggetti d'arte raccontati da Struth hanno soltanto "una presenza da palcoscenico" che fa tutt'uno con lo spazio del museo. Non c'è spettacolo perché non c'è distinzione tra opera e museo. Guardare le immagini di Struth è come guardare lo spazio chiuso e delimitato del rito, non dello spettacolo.

Chiesa e museo sono in realtà due luoghi congeniti e l'opposizione simbolica della fotografia tra sacro e profano mostra chiaramente come la frontiera tra i due ambiti non è mai netta, ma porosa e giustapponibile (Lotman 1985).

È sempre importante tener presente la dimensione squisitamente occidentale dei musei (Malraux 1994) e la sua "notoria dimensione eurocentrica" (Zunzunegui 2003: 48). Come istituzione moderna il museo assume una funzione sacralizzante. Il senso comune, ancor oggi concepisce il museo come un "tempio sacro dell'arte" funzione che oggi sembra essersi spostata al valore architettonico dell'edificio.

III.7.Sguardi

Il museo, inteso nella sua accezione moderna di luogo pubblico ed istituzionale, derivante dalle realtà museali precedenti – gli studioli umanistici, le collezioni rinascimentali – e adibito alla raccolta e all'esposizione di beni considerati un patrimonio della società, sia esso storico, artistico, archeologico e così via, ha soltanto più di due secoli di vita, che corrispondono ad un periodo complesso per la storia occidentale, il XIX e il XX secolo. Il museo attraversa questo periodo riflettendo nella sua organizzazione i cambiamenti epistemologici nella storia della cultura, la crisi della modernità, l'opposizione tra il moderno e il postmoderno, lo sviluppo dei media.

⁴⁰Gianni Vattimo (1990) definisce il "visitatore dei musei" come il soggetto ideale della postmodernità.

Ho scelto di dare una collocazione concettuale all'analisi di questo processo all'interno di una "problematica dello sguardo" intendendo, con ciò, delineare un'analisi essenziale delle modalità di esposizione e di presentazione attuate dal Museo in relazione alle culture visive di cui ha fatto e fa parte.⁴¹

Porre una "problematica dello sguardo" nell'ambito di un oggetto d'analisi come il museo, tradisce un'esigenza contemporanea perché la problematica di dipana dal prendere atto dell'importanza che oggi ha assunto la dimensione visiva nelle pratiche espositive ma anche del fatto che, nell'analisi del Museo, la dimensione visiva va considerata in tutta l'articolazione storica dell'istituzione, almeno dalla fine del XVIII secolo sino ad oggi. Tuttavia la ragione più importante che giustifica questa prospettiva d'analisi deriva dall'oggetto della ricerca: l'analisi del rapporto tra il museo e lo spettacolo.

Allo stesso tempo, porre una problematica dello sguardo, significa dare allo spettatore un ruolo performativo nella costruzione dei significati culturali e spostare l'asse alle pratiche spettatoriali piuttosto che all'oggetto. A mio avviso modello teatrale e concetto di opera d'arte sono legati nella misura in cui l'estetica della modernità ha creato il concetto di opera d'arte; invece il museo è un dispositivo che funziona non come la rappresentazione scenica, è molto vicino piuttosto ai dispositivi delle vetrine dei negozi, ad una dimensione cosiddetta "bassa" della cultura.

III.7.1. I dispositivi di visione

Possiamo trarre delle significative coincidenze nella storia dell'esperienza visiva: il museo, come spazio di visibilità della collezione, non ha uno sviluppo costante e lineare, ma è caratterizzato da due momenti in cui subisce delle accelerazioni, una nel XVIII e una seconda nel XIX secolo (Salizzoni 2001).

⁴¹ Sono studi di matrice anglosassone donive la visual clrtre è più sviluppata rispetto alla tradizione europea in cui la tradizione e l'ostilità della storia dell'arte è più forte. Julia Noordegraaf. *Strategies of Display: the Boijmans Van Beuningen Museum in Nineteenth- and Twentieth-Century Visual Culture*. Rotterdam: Museum Boijmans Van Beuningen/NAi Publishers, forthcoming (May 2004). Vedere in cometa visual culryre america

La prima equivale al momento delle collezioni; il periodo che va sino al secondo momento il criterio dell'esposizione è quello della collezione.

Il mio proposito è quello di delineare una proposta del processo dell'esperienza visiva e delle modalità di esposizioni utilizzando la nozione di "schermo" e prendendo spunto dalle teorie sullo sguardo cinematografico offerti, in particolare, dalle ricerche dello studioso italiano Francesco Casetti.⁴²

L'autore sviluppa una teoria che ha per oggetto uno sguardo ben preciso: quello cinematografico. Il cinema possiede una data di nascita ben precisa, anche se convenzionale, il 28 dicembre 1895, mentre il museo risale esattamente ad un secolo prima, accettando la convenzione della data della rivoluzione francese.

Se è possibile sviluppare l'analisi di uno "sguardo cinematografico", che ha segnato tutta l'esperienza visiva (ed estetica) del XX secolo, si può anche delineare la nascita e lo sviluppo di uno sguardo museale.

Dico questo alla luce dei cambiamenti che i media attuali hanno determinato nel nostro rapporto con la percezione e la conoscenza rappresentativa.

Casetti utilizza delle metafore ben precise per delineare una genealogia dello schermo e dello sguardo: lo schermo come finestra e lo schermo come quadro, ponendo a latere altre due genealogie parallele, lo schermo come specchio e lo schermo come pelle.

Come si può evincere, queste metafore sono molto vicine all'universo visivo del museo; la finestra è la metafora con cui si indica lo sguardo prodotto dal dispositivo della prospettiva, il quadro rappresenta a sua volta una fortissima metafora dell'oggetto museale.

È mia ipotesi che nel museo delle origini, esistano due modelli visivi, in contraddizione tra loro.

⁴² I successivi richiami alle teorie di Francesco Casetti provengono, oltre che dalla saggistica, da due comunicazioni tenute dall'autore all'interno del Convegno di Studi "L'Invenzione della Cultura, III settimana di Studi Culturali, tenutosi a Palermo dal 17 maggio - 22 maggio 2010 e organizzato dall'Università degli Studi di Palermo | Facoltà di Scienze della Formazione | Dipartimento di Arti e Comunicazioni.

Parte del contenuto delle comunicazioni orali lo si ritrova nell'articolo intitolato "I media dopo i media. Sugli schermi del nuovo ambiente mediale", in Querci (a c. di), 2007, pp. 33-50.

Un modello di visibilità costruito dalla cultura “alta” e un modello più verosimile di visibilità costruito dal pubblico.

Mentre il modello alto ricorre alla modalità della rappresentazione teatrale, il regime scopico che si sta formando tra il pubblico è quello dello sguardo il cui dispositivo di funzionamento non è la finestra – il palcoscenico sul mondo -, piuttosto quello dello schermo come quadro e della vetrina.

Ma perché lo schermo?

I dibattiti contemporanei sulla presenza delle nuove tecnologie della comunicazione all'interno dei musei, o TIC, a mio avviso, pongono in rilievo la specificità mediatica del museo; e questa specificità non è una caratteristica che il museo acquisisce oggi a causa delle possibilità offerte dalle tecnologie. Il museo è sempre stato un medium comunicativo; anzi un medium di comunicazione prettamente visiva.

I modi in cui questa comunicazione è stata e viene articolata proprio nel luogo che per eccellenza è stato adibito alla trasmissione di valori estetici delle società occidentali rappresentano uno strumento formidabile per sceverare le ideologie e le costruzioni culturali delle società. La fuoriuscita dell'arte dal recinto materiale nella dimensione di uno spazio aumentato e moltiplicato, grazie al web, è una trasformazione che ci spinge ad analizzare retrospettivamente degli aspetti del museo che prima ci erano sfuggiti e che il fenomeno ci fa vedere in maniera diversa. Ed è per questo motivo che la nozione di schermo assume un'importanza fondamentale.

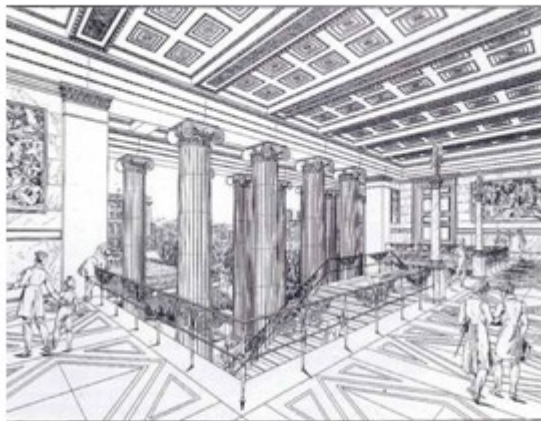
Casetti afferma che i media oggi hanno cambiato natura e che da media di comunicazione, sono dei media di sorveglianza, e lo fa a partire dalla nozione di schermo.

La parola schermo ha due genealogie: lo schermo può essere inteso come un dispositivo che copre qualcosa, in questo significato nel XIV secolo, in italiano, indica qualcosa che serve a riparare dagli eventi esterni; in inglese, rimanda a qualcosa che protegge dal fuoco e dall'aria, “si tratta sostanzialmente di un riparo appoggiato a terra, fatto di materiale sottile, spesso traslucido inserito una cornice”. (Casetti 2007: 34).

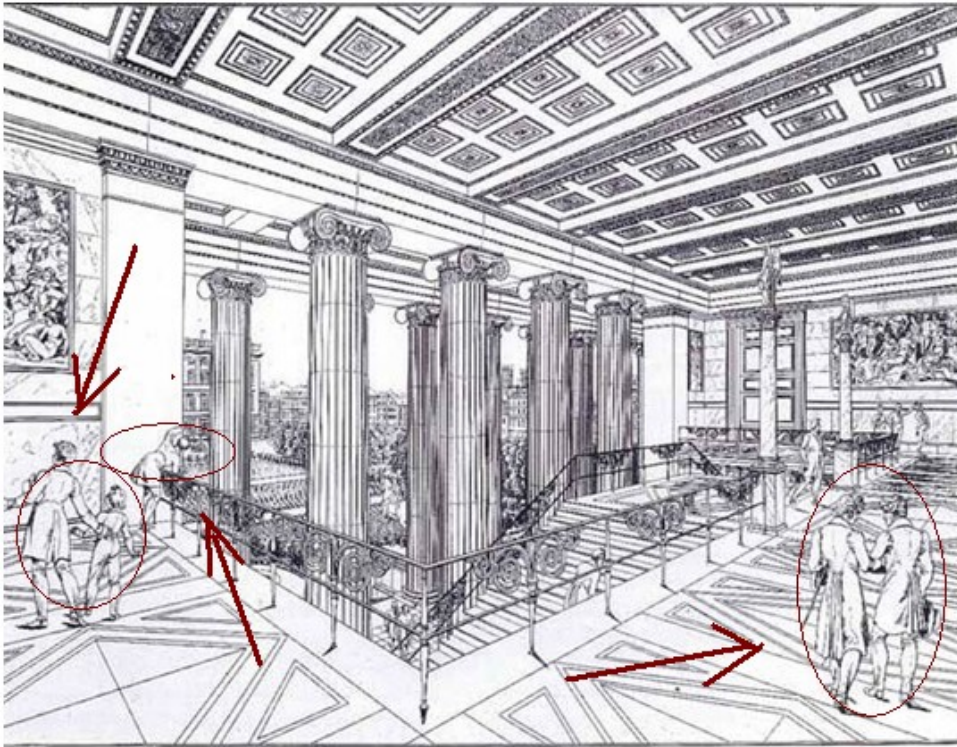
Queste definizioni sono antecedenti al momento in cui il termine passa nella dimensione dell'intrattenimento e dello spettacolo all'inizio del XIX secolo per indicare la superficie trasparente della Lanterna magica.

Se lo schermo viene visto da dietro, esso rivela ciò che occulta, e dunque lo schermo mostra occultando. Questo modo di intendere il dispositivo dello schermo cosa implica? Implica l'esistenza di due realtà, quella apparente, che volutamente viene mostrata e quella nascosta, che sta dietro e che il dispositivo dello schermo non permette di vedere. E dunque un regime di visibilità in cui lo sguardo, per cogliere, la realtà dietro l'apparenza deve oltrepassare lo schermo, che corrisponde al modello della conoscenza platonica.

La mia ipotesi è che da questo regime di visibilità si è modellato il primo modello di museo: Il museo trasforma la conoscenza del passato in un oggetto privato del suo linguaggio originario. L'oggetto acquista il linguaggio del presente. Restano occultati alla vista i procedimenti tramite i quali, storici o museografici, privano del linguaggio originario gli oggetti. Viene esibito soltanto il presente, non il passato, in questo consiste il mostrare occultando.



Altes Museum, Progetto per l'interno



Quest'immagine rappresenta il progetto per l'interno dell'Altes Museum edificato tra il 1823 ed il 1828 ad opera dell'architetto Karl Friedrich Schinkel.

L'immagine che riporta il prospetto interno ci mostra il modello teatrale e sguardo alla finestra: prospettiva, distanza col reale, guardo il mondo, il mondo è lì, vero, reale, la conoscenza è prettamente visiva.



Altes Museum, Berlino, Fotografia

III.7.2. L'archivio

Una delle funzioni tradizionali e istituzionali del museo è la conservazione e la di opere d'arte. Una funzione chiaramente legata alla problematica della memoria, ragion per cui vengono richiamate le figure dell'archivio, della rovina e del deposito.

Tuttavia è necessario introdurre sin d'ora la funzione, forse più importante, che diventa anche premessa metodologica: correlare la funzione pedagogica del museo (il *delectare* di gombrichiana memoria) alle funzioni di spettacolo e sperimentazione (Calabrese 2001).

Per ciò che concerne il tradizionale ruolo di conservazione delle collezioni e di opere del passato, le tre figure che analizzeremo problematizzano il tema della memoria poiché esse si connotano in maniera più significativa come figure dell'oblio e della dimenticanza.

A tal riguardo non si può non riportare la bellissima assonanza fonetica messa in luce da Adorno (1972) quando scrive che **“museo y mausoleo no están sólo unidos por la asociación fonética. Museos son como tradicionales sepolturas de obras de arte, y dan testimonio de la neutralización de la cultura”**.

Pensiamo alla maniera in cui si è formato il Louvre: la costituzione di parte delle opere conservate in questa importantissima istituzione ha implicato in un primo momento una pratica di “distruzione” funzionale alla dimenticanza del contesto originario e alla ricostruzione di una nuova memoria. Per quanto sia stata un'azione violenta essa attesta che una delle condizioni perché sia possibile il ricordo è la capacità anteriore di distruzione.

Le razzie napoleoniche sono state modalità violente di *dissoluzione* dei segni della memoria ma anche funzionali al processo di costituzione di un soggetto collettivo di memoria. Questo avviene per la natura semiotica di tali segni e al loro funzionamento testuale.

L'archivio è un dispositivo di memoria, che nella contemporaneità va proficuamente specificato come rapporto tra il museo e l'archiviazione di immagini: in tal senso è un

archivio di immagini anche il museo di Malraux (1994) come l'attuale e controverso concetto di "museo virtuale".

Nella relazione tra archivio e museo, non possiamo intendere il concetto di immagine in senso strettamente iconologico, anzi il fatto di utilizzare la metafora dell'archivio in relazione alla raccolta di oggetti d'arte, solitamente conservati in un museo (penso in tal senso ad un museo classico che dispone di una propria collezione) implica il riconoscimento che quella collezione è il risultato di un atto volontario e una proposta di visione da parte di un soggetto attante collettivo (curatore, direttore del museo).

Una recentissima esposizione curata da Georges Didi-Huberman intitolata appunto "Atlas ¿Cómo llevar el mundo a costas?" si basava esplicitamente sul tentativo di porre in rapporto lo spazio espositivo con il problema dell'Atlante di Aby Warburg (1866-1929).⁴³ Nella logica espositiva il modello dell'atlante pone il problema delle relazioni che legano immagini ad altre immagini.

L'esposizione curata da Didi-Huberman si divide in quattro grandi tematiche corrispondenti a quattro percorsi espositivi: la conoscenza tramite le immagini, rifare l'ordine delle cose, rifare il luogo comune, rifare l'ordine del tempo. A sua volta ogni tematica era suddivisa in quattro elementi.

L'esposizione così articolata in base a tematiche selezionate dal curatore ha il suo fulcro nell'operazione del montaggio, pertanto pone questioni alla problematica del virtuale nel senso che pone anche una questione sul ripensamento del modo in cui il museo può permettere di guardare un archivio di immagini sul modello dell'Atlante Mnemosyne di Aby Warburg. Per esplicitare in maniera più chiara questo concetto dobbiamo rivolgerci alla lettura che Giorgio Agamben fa dell'opera di Warburg in cui mette in luce il fatto fondamentale che il lavoro di Aby Warburg non era un lavoro sulle immagini, quanto un lavoro sul "gesto" (Agamben 1996).

⁴³ L'esposizione si inserisce in una linea museistica seguita da qualche tempo dall'attuale direttore del Museo Reina Sofia (Madrid), Manuel Borja-Villel, coautore, tra l'altro, assieme a Didi-Huberman, che svolge una politica molto attenta nei confronti del pubblico, con l'obiettivo di ampliare gli spettatori del museo e ripensare il modello stesso di museo. Tra l'altro quest'esposizione è stata definita, in un'intervista a stampa da Borja-Villel come un esempio di "museo non spettacolare", dove per spettacolare intende un'offerta poco attenta allo spessore cognitivo dello spettatore.

Un museo è certamente un archivio di immagini: considerarlo in quanto tale siamo implica anche una ridefinizione dell'intero concetto di immagine. L'immagine non si identifica con il suo contenuto: la figura dell'atlante, in altre parole, riflette l'opposizione più generale tra l'immagine analizzata secondo riferimenti iconologici e l'immagine che Agamben definisce un gesto. Scrive lo studioso : **“In quegli stessi anni Aby Warburg avvia quelle indagini che solo la miopia di una storia dell'arte psicologizzante ha potuto definire come "scienza dell'immagine", mentre avevano in verità al loro centro il gesto come cristallo di memoria storica [...]”** (Agamben 1996: 47).

Agamben mette in luce il fatto che queste immagini così articolate e disposte non sono immagini ma gesti, attraverso cui trasmettere la memoria dell'Occidente. Il fulcro dell'Atlante non è l'immagine ma il montaggio: **“Poiché queste ricerche si attuavano nel medio delle immagini, si è creduto che l'immagine fosse anche il loro soggetto. Warburg ha, invece, trasformato l'immagine [...] in un elemento decisamente storico e dinamico. In questo senso, l'atlante Mnemosyne, che egli ha lasciato incompiuto, con le sue circa mille fotografie, non è un immobile repertorio di immagini, ma una rappresentazione in movimento virtuale dei gesti dell'umanità occidentale [...] all'interno di ogni sezione, le singole immagini vanno considerate piuttosto come fotogrammi di un film che come realtà autonome.”** (Ibidem).

Quest'importante spostamento di Agamben dal concetto di immagine a quello di movimento virtuale permette di esprimere il concetto di montaggio come principio epistemologico nello stesso periodo in cui nasceva il cinema e l'immagine in movimento. L'esposizione museale curata da Didi-Huberman, ispirandosi a questo principio, ha cercato di riproporre la struttura dell'Atlante basandosi, coerentemente con il tentativo warburghiano, su un modello non cronologico e su una disposizione spaziale tipologica, accostando le immagini secondo riferimenti significativi ma *scelti dal curatore stesso* tra i diversi ambiti tematici.

E dunque l'esposizione pone una domanda legittima, da parte dello spettatore circa le *relazioni* che legavano le immagini tra loro, nel senso che esse hanno un alto grado di arbitrarietà. L'esposizione è molto simile al funzionamento dell'enciclopedia in cui i testi

“sono disposti senza ricorso al caso negli scaffali con la volontà di riempire veri e propri "luoghi" del sapere, "secondo la più aristotelica delle definizioni" (Calabrese 1984).

La mostra ispirata a Warburg si rivela un esempio efficacissimo per l'archivio virtuale: in base al titolo che il curatore applicava ad ogni sala, lo spettatore si comporta come qualcuno che cerca un libro in una biblioteca, in cui i libri sono collocati sulla base delle loro affinità e sulle sezioni, oppure come qualcuno che ricerca attraverso un catalogo online. La collocazione manipola lo sguardo dello spettatore.

L'Atlante trasformando l'immagine in un elemento storico e dinamico, come dice Agamben, si discosta da un lato all'esposizione tipica del primo museo che seguiva un ordine cronologico e lineare, così Didi-Huberman utilizzando un modello narrativo cinematografico, il montaggio delle immagini, mette in esposizione il principio che «la storia dell'arte non può essere che anacronistica». Questo tipo di esposizione pone alcune questioni.

La prima è relativa allo spettatore e alla funzione più importante del museo, quella didattica: il montaggio è un'operazione di manipolazione che permette di orientare lo sguardo dello spettatore.⁴⁴

La seconda questione è di ordine più generale e riguarda l'affinità dell'atlante con l'archivio virtuale. I pannelli di Mnemosyne sono dispositivi ipertestuali

L'esposizione di Didi-Huberman può essere intesa come un ambizioso saggio di cultura visiva attorno a Warburg, basato su una tassonomia arbitraria e una domanda epistemica sul museo dato che l'archivio non solo immagazzina, ma ricrea il suo contenuto riordinandolo.

È infatti la Biblioteca che, come organizzazione del sapere, anticipa la creazione dell'Atlante, e sembra prefigurarla a sua immagine e somiglianza (Mazzucco 2001).

L'archivio per essere un dispositivo di memoria deve ricreare i suoi contenuti. Non basta che vengano archiviati, in tal caso avremmo un mero deposito di oggetti o di dati.

L'esposizione Atlas si inserisce in una linea museistica che il Reina Sofia persegue da qualche tempo secondo le intenzioni del suo direttore, di porsi come un museo non

spettacolare. Questo ci interessa per capire cosa può essere inteso da parte degli addetti ai lavori il museo spettacolare. Chiaramente si pone in opposizione ad un museo che persegua intenti culturalmente più impegnativi.

Tuttavia le cose sono più complesse ed è il caso di esplicitare un principio sicuramente ovvio, ma non sempre chiaro: se accettiamo il fatto che la funzione più significativa del museo è la funzione didattica, dobbiamo realizzare che tale funzione è sempre implicita. Detto in maniera più chiara, che ci sia o no un'*intentio* educativa da parte del curatore o del direttore di un museo, qualsiasi esposizione educa di per sé, nel senso più ampio del termine. Non è solamente un atto di responsabilità educativa da parte di chi allestisce, si tratta di spostare l'asse d'attenzione all'altro polo della relazione comunicativa, allo spettatore. Per fare un paragone: sia un buono che un cattivo docente educano, anche se entrambi non si pongono le questioni didattiche più elementari.

Un'esposizione come *Atlas*, molto colta e ambiziosa, implica un lettore che sia in grado di cogliere le relazioni tra l'enorme quantità di immagini proposte dal curatore. Dico lettore perché la mostra era costruita sul modello di un saggio di cultura visiva.

III.7.3. La proposta teorica

Questa proposta è stata elaborata per il concetto di museo dello spettacolo; essa è ispirata a Jurij Lotman, in particolare per ciò che concerne lo spazio dell'involucro. Lotman ha parlato di uno spazio di confine dove avvengono continui processi di traduzione.

Questa proposta sembra in contraddizione col fatto di considerare il museo come spazio di significazione. La proposta infatti divide il museo in tre spazi distinti, mentre l'analisi della significazione non dovrebbe scindere in contenitore e contenuto, dato che presuppone il museo come un tutt'uno.

La contraddizione è solo apparente perché la divisione in tre spazi differenti è preliminare e non escludente un'analisi del processo di significazione. Essa è inoltre un tentativo,

un'ipotesi esclusivamente teorica (e come tale aperta ad ogni critica e confronto) per far fronte alla forte ambiguità semantica e storica del museo.

Il tentativo è quello di delimitare questa ambiguità scindendo dei differenti piani d'analisi e come prima mossa teorica di dividere il museo in tre spazi differenti che chiameremo interno, esterno e involucro.

La seconda mossa è quella di stabilire due *forme di temporalità* differenti, una per l'edificio e l'altra per il contenuto espositivo.

Di conseguenza, il primo passo di questo lavoro è quella di scindere i piani d'analisi e intenderli come opposti l'uno all'altro. Più specificatamente a livello metodologico si propone di considerare l'edificio, l'esterno o il contenitore come un *oggetto nello spazio* circostante, che mantiene un rapporto con l'ambiente urbano e sociale e lo spazio espositivo come *effetto nello spazio* in cui viene collocato il "racconto" specifico di ogni esposizione.

Avremo dunque:

Museo

Esterno/Contenitore	Interno/Contenuto
Oggetto/Spazio	Effetto-Spazio

A queste due tipologie spaziali ne aggiungiamo una terza che chiameremo lo spazio dell'involucro che va distinto sia dall'edificio che dallo spazio espositivo specifico.

In questo spazio ideale si consuma l'esperienza dello spettatore e il rapporto tra spazio e il movimento degli oggetti e degli spettatori. È in questo spazio che collochiamo il conflitto tra l'opera esposta (il contenuto) e l'edificio (il contenitore).

Avremo dunque tre articolazioni spaziali distinte:

L'involucro è uno spazio di tensione, è infatti una pellicola, una pelle sottile che avvolge qualcosa, ma che allo stesso tempo protegge dall'infiltramento di agenti esterni. Il conflitto

si genera quando il monumento pone la sua ombra sulle opere. Il monumento deve contenere quello che l'arte contemporanea chiama il nuovo e dunque il presente.

Cosa è il nuovo nell'arte contemporanea?

Veniamo ora alla seconda specificità: Spazio e Tempo costituiscono due categorie fondamentali per l'analisi del museo (b). Sarebbe molto difficile elencare tutte le metafore spaziali incontrate nelle letture dei saggi e degli studi sul museo, ma tutti contengono, implicitamente o esplicitamente una concezione specifica dello spazio. Valga su tutti il già citato *Inside the White Cube* che utilizza una metafora spaziale per esplicitare l'ideologia sottesa allo spazio del museo di epoca moderna, o il saggio di Foucault sulla pittura di Manet, "il primo pittore da museo", che non sarebbe interpretabile senza l'implicito riferimento all'articolazione spaziale delle pareti.⁴⁵ Poiché il museo è uno spazio, un luogo fisico, reale, percorribile, visitabile, in cui avviene un'esperienza non soltanto cognitiva, ma anche corporale, non possiamo adottare un approccio filosofico kantiano⁴⁶ che considera lo spazio e il tempo, come categorie di carattere assoluto e indagabili secondo il modo dell'oggettività (Landowski 1996). Analizzare il concetto di esperienza implica l'analisi del rapporto tra la percezione, mondo e linguaggio, e dunque riconoscere la centralità del soggetto conoscitivo che in termini semiotici vuol dire considerare spazio e tempo "solo in funzione della competenza specifica dei soggetti" (Landowski 1996: 61) Spazio e tempo sono oggetti semiotici solo nella misura in cui *producono un senso* ed è soltanto in questa

⁴⁵ C'è un'altra implicazione nell'indicare Manet, da parte di Foucault come l'artista che inaugura la "pittura per il museo" e riguarda il formarsi di un altro soggetto: lo spettatore. Con Manet, si comincia a considerare il pubblico come spettatore, nel senso di fruitore finale dell'opera. Per la produzione artistica vuol dire che le immagini cominciano ad essere costruite a partire dal *punto di vista* dello spettatore.

⁴⁶ Il riferimento a Kant è dovuto al fatto che è il pensatore che più di ogni altro ha dato lo statuto di a priori alle categorie conoscitive dello spazio e del tempo, considerandole le forme costitutive di ogni conoscenza sensibile e quindi di ogni originario rapporto col mondo. Una definizione che tradisce anche il nostro limite di soggetti conoscitivi: non possiamo pensare nessun avvenimento all'infuori di un tempo e nessun oggetto all'infuori di uno spazio.

pertinenza che interessano alla semiotica e che si rivela particolarmente importante per l'analisi di un luogo come il museo, connotato dalla presenza imprescindibile dei soggetti che attuano delle esperienze specifiche in un luogo di *relazioni*, di *valorizzazioni* e *veicolo di significazione*. In relazione alla categoria del tempo, la seconda proposta teorica consiste nel considerare l'edificio come un'articolazione spaziale che pone una questione temporale legata memoria, e lo spazio espositivo interno caratterizzato da una grammatica narrativa legata alla temporalizzazione. La derivazione ideale del museo dalla sfera del sacro della cultura greca, il tempio delle muse, produce a livello simbolico un'asimmetria temporale, perché il dispositivo espositivo che governa il contenuto esposto o le collezioni del museo è molto più recente. Dobbiamo porre l'attenzione alle particolari modalità in cui si è formato il dispositivo del museo. L'elemento che va sottolineato è che, alla nascita del museo, il "valore espositivo" (Benjamin) non era predominante sui valori della conservazione e della difesa. Il museo ha adottato successivamente il valore espositivo, che non nasce propriamente con il museo, ma con le Esposizioni Universali (Damisch). Se il museo, almeno come concetto, si origina nel fenomeno antichissimo del collezionismo, analizzato dall'antropologia, è esattamente il valore simbolico derivato da questa pratica che ha investito il significato simbolico e visivo della costruzione architettonica nella sua interezza. L'interno è invece più esposto ai cambiamenti e alle rivoluzioni che provengono dall'arte e delle opere che vi si espongono. Il museo possiede alcune specificità che hanno delle ricadute importanti sulla metodologia che sta alla base dell'indagine conoscitiva che si propone di analizzarlo.

Il museo è allo stesso tempo un contenitore e un contenuto, tanto che con la stessa parola ci si può riferire ai due differenti livelli. Spazio e tempo costituiscono due categorie fondamentali per l'analisi del museo. Per attestare la diversità dei due piani basta anche guardare alla diversità degli approcci metodologici. In linea di massima, gli studi che si occupano dell'edificio, oltre quelli specifici dell'architettura, sono per lo più di autori che fanno riferimento all'ermeneutica e alla storia, mentre i saggi che si riferiscono allo spazio interno, agli oggetti contenuti, ai quadri o alle installazioni, alle particolari esposizioni o ai visitatori e appartengono ad un'impostazione di matrice fenomenologica o all'orientamento

dello strutturalismo e, più recentemente, della teoria narrativa . Non si tratta di una divisione netta, ma in linea generale, la specificità dell'oggetto d'indagine, l'interno o l'esterno, determina un approccio d'analisi differente.

Il museo possiede alcune specificità che hanno delle ricadute importanti sulla metodologia che sta alla base dell'indagine conoscitiva che si propone di analizzarlo. Queste specificità si possono ricondurre a due punti essenziali:

a) Il museo è allo stesso tempo un contenitore e un contenuto, tanto che con la stessa parola ci si può riferire ai due differenti livelli.

b) Spazio e tempo costituiscono due categorie fondamentali per l'analisi del museo. L'ambiguità semantica (a), ovvero l'intersecazione o la sovrapposizione dei due piani in un'analisi crea molte difficoltà e ostacoli alla comprensione di un oggetto teorico, anche da un punto di vista storico. La doppia articolazione spaziale del museo, come edificio architettonico situato solitamente in un contesto urbano e come spazio interno contenente dei particolari oggetti, può generare anche un campo di conflitto perché si tratta di due piani distinti e differenziati.

Per questi motivi, quando solitamente si analizza un museo si dividono sempre tre elementi: l'edificio, gli oggetti al suo interno e i visitatori.

Abbiamo detto che sono tre elementi fondamentali, sulla cui presenza si fonda il fatto museale. Pertanto per analizzare lo spettatore è più produttivo, a mio parere, parlare di *pratiche museali* senza slegare l'elemento dello spettatore e l'elemento dell'oggetto.

Perché è più efficace parlare di pratiche? In un museo, lo abbiamo visto, è la particolare tipologia spaziale che mette in rilievo l'efficacia della nozione di pratica. Greimas definisce le pratiche semiotiche come processi sociale: "successioni significanti di comportamenti somatici organizzati" (Greimas, Courtés 2007: 248) e immette tra le pratiche i riti e le cerimonie sulla base del fatto che possono essere analizzati come programmi narrativi di comportamenti organizzati fortemente codificati. Le pratiche chiaramente avvengono in uno specifico spazio, e quello di un museo è uno spazio *agito* dai visitatori, i quali stabiliscono delle relazioni con gli oggetti.

Ma questa relazione è secondaria.

Se intendiamo la pratica museale come una mediazione semiotica vediamo che i visitatori si costituiscono all'interno di una rete dinamica molto più ampia di una semplice relazione visiva tra uno spettatore e un oggetto; i visitatori esistono all'interno di spazi organizzati, percorsi previsti, immagini e oggetti, targhette, scritture esplicative sulle didascalie, spiegazioni orali come quelle delle guide, prossemica: l'analisi, da questo punto di vista, deve vedere come l'accumulazione dei supporti e dei dispositivi fanno dell'esperienza del museo un'esperienza spettacolare, un visitatore è chiaramente un attore che gioca il ruolo di spettatore.

La visita al museo non è mai un'esperienza estetica.

CONCLUSIONES

Nel corso della sua evoluzione, il museo è appartenuto all'ordine degli impliciti: implicitamente contenuto nella "collezione", da cui un regime discorsivo-topologico inserito nell'ideologia occidentale della visibilità; implicitamente contenuto nel "collezionismo" e per questo costruttore di feticci; implicitamente contenuto, alle sue origini, nel regime discorsivo del sacro e nella spazialità teatrale della liturgia.

Por tales motivos, el trabajo de investigación puede ser leído como el intento de explicitar algunos aspectos de tal objeto, en el ámbito de una diacronía intersecada en una sincronía, en la que he pretendido dar cuenta de dos meta-funciones del museo: la del medio/vía (medium) y de marco (frame).

Buena parte de la tesis se concentra en el esfuerzo de delimitarse entre dos conceptos complejos: museo y espectáculo, en realidad dos términos comodín, que designan situaciones, estrategias no superponibles y que, por esto mismo, necesitan de la explicitación de un conjunto de criterios coherentes.

Basándome sobre la elección metodológica de comprender el museo como "texto sincrético", he intentado explicitar ciertos mecanismos a través de la acción de lo que Hjelmslev define "un catalizador", o sea, el espectador.

El objetivo es el de investigar un territorio, más que el de obtener certezas concluyentes.

De hecho, tradicionalmente la historia del museo no es conducida en relación a los medios de comunicación o a los dispositivos que confluyen en la significación de la enunciación museal, y solamente en los últimos decenios las investigaciones han "re-descubierto" el siglo XIX como el siglo del espectáculo, gracias, sobre todo, a los estudios provenientes de la historia del cine (la bibliografía, como se puede ver, es desde este punto de vista fundamentalmente de ámbitos inglés y francés).

Para delinear el estatuto del espectador moderno, se ha revelado esencial definirlo a la luz del concepto de "consumo espectacular", entendido ya como adquisición de nuevas modalidades y competencias perceptivas, hechas posibles por la mediación de nuevos

dispositivos de la visión, aparecidos entre los siglos XVIII y XIX, o ya como consumo producido en virtud de la articulación urbana de las metrópolis del XIX: *passages*, galerías, vitrinas.

Sobre estos pilares ha sido posible proceder en el análisis de la experiencia museal, que se constituye como una experiencia mediada, ya sea desde el punto de vista de las miradas, desde el punto de vista de las prácticas museales o desde el punto de vista de las articulaciones espaciales.

El elemento más significativo que se ha tratado es que muy a menudo el plano del contenido y el plano de la expresión no coinciden, lo que equivale a afirmar que no siempre la proyectividad por parte del sujeto enunciador museal corresponde, por tanto, a las prácticas efectivas de los visitantes.

Por una mayor comprensión del espectador contemporáneo, he expuesto la pertinencia de sustituir la noción meta-textual de marco, que ha caracterizado el museo de la modernidad, por el de pantalla (*screen*) que puede responder a las exigencias planteadas por los nuevos museos.

Para terminar, sería deseable despedirse con algunas indicaciones futuras sobre el museo, pero creo que sea preferible detenerse en la comprobación de que diferentes paradigmas pueden convivir por largos periodos de tiempo, por los que, junto a los museos históricos y tradicionales, existen realidades distintas como los “museos superstar”.

El museo es un fenómeno aún joven en la historia europea y global, aunque parezca ya viejo y obsoleto. Creo que considerarlo aún con las categorías de un templo de la cultura (y en relación a mi experiencia puedo decir que este sentir común es aún fuerte y difundido) no es productivo, ni permite avanzar en el conocimiento de un objeto de nuestra realidad, que es también el fin de toda investigación.

Como observa Yuri Lotman, no hay una sincronía de los fenómenos culturales, si no es en el nivel del metalenguaje y la penetración de algunos valores es más lenta respecto al dinamismo de la realidad.

De esta derivación, se debe dar cuenta en el análisis del espectador y de los museos.

BIBLIOGRAFIA ordinata per tematiche.

ARTE, ESTETICA, TEORIE DELLA MODERNITÀ E POSTMODERNITÀ

AA. VV.

(1983), *Il teatro nella società dello spettacolo*, Bologna, il Mulino.

ABRUZZESE Alberto

(2004a), (a c. di V. Giordano), *Lessico della comunicazione*, Roma, Meltemi.

ID., PEZZINI Isabella

(2004b), *Dal romanzo alle reti. Soggetti e territori della grande narrazione moderna*, Torino, Testo&Immagine.

(1973), *Forme estetiche e società di massa*, Marsilio, Venezia.

ADORNO Theodor W.

(1972),

“Valéry, Proust e il museo”, in *Prismas. La crítica de la cultura y la sociedad*, Barcelona, Ariel, 1962; (tit. or., *Prismen, Kulturkritik und gesellschaft*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1962).

AGAMBEN Giorgio

(2006), *Che cos'è un dispositivo*, Roma, Nottetempo.

(1992), “Note sul gesto”, in *Mezzi senza fine. Note sulla politica*, Torino, Bollati Boringhieri, 1996, pp. 45-53.

(1978), *Infanzia e storia. Distruzione dell'esperienza e origine della storia*, Torino, Einaudi, 2001.

ASOR ROSA Alberto

(1977), “Avanguardia”, in *Enciclopedia Einaudi*, Torino, vol. II.

AUGÉ Marc

(1992), *Non-lieux*, Paris, Seuil, (tr. it., *Non-luoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Milano, Eleuthera, 2005).

BAJ Enrico, VIRILIO Paul

(2002), *Discorso sull'orrore dell'arte*, Milano, Elèuthera.

BARTHES Roland

(1998), *Scritti. Società, testo, comunicazione*, Torino Einaudi.

(1964a), "Elements de sémiologie", in *Communications*, n. 4, (tr. it., *Elementi di semiologia*, Torino, Einaudi, 1966).

(1964b), *La Torre Eiffel, Textos sobre la imagen*, Barcelona, Paidós Ibérica, 2001, (vers. it., *La Torre Eiffel*, Milano, Abscondita, 2009).

(1985), *L'aventure sémiologique*, Seuil, Paris (tr. it. *L'avventura semiologica*, Einaudi, Torino, 1991).

BAUDRILLARD Jean

(2008), a c. di M. Serra, *L'agonia del potere*, Milano-Udine, Mimesis Edizioni.

(2007), a c. di V. Codeluppi, *Il sogno della merce*, Milano, Lupetti.

(1997a), *Le complot de l'art & Entrevues à propos du 'complot de l'art'*, Sens & Tonka éditeurs, Paris, (tr. it. *Il complotto dell'arte & interviste sul 'complotto dell'arte'*, Milano, Pagine d'Arte, ed. 1999).

(1997b), *Illusion, désillusion esthétiques*, Sens & Tonka éditeurs, Paris, (tr. it. *Illusione disillusione estetiche*, Pagine d'Arte, ed. 1999).

(1997c), *Pantalla total*, Barcelona, Anagrama, 2000.

(1980), *Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti*, Bologna, Cappelli.

(1974), *La société de consommation. Ses mythes ses structures*, Paris, Gallimard, (tr. it., *La società dei consumi*, Bologna, il Mulino, 2008).

(1968), *El sistema de los objetos*, Madrid, Siglo XXI, 2007, (tit. orig., *Le système des objects*, Paris, Gallimard).

BEHRMAN S. N.

(2006), *Duveen*, (tr. it., *Duveen il re degli antiquari*, Palermo, Sellerio).

BENJAMIN Walter

(1955), *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, (tr. it., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 2000).

(1934), *Der Autor als Produzent*, (trad. it., "L'autore come produttore", in *Avanguardia e rivoluzione. Saggi sulla letteratura*, Torino, Einaudi, 1973, pp. 199-217).

(1955), *Schriften*, Suhrkamp Verlag, (tr. it., *Angelus Novus*, Torino, Einaudi, 1995).

(1982), *Das Passagenwerk*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, (tr. it., *I «passages» di Parigi*, Torino, Einaudi, 2007, Vol. I-II).

BOURRIAUD Nicolas

(1998), *Esthétique relationnelle*, Dijon, Les Presses du Réel, (tr. it., *Estetica relazionale*, Milano, Postmedia, 2010).

CARRAVETTA Peter, **SPEDICATO** Paolo (a c. di)

(1984), *Postmoderno e letteratura*, Milano, Bompiani.

DANTO Arthur Coleman

(2007), *La storicità dell'occhio. Un dibattito con Noël Carroll e Mark Rollins*, Roma, Armando.

ID., **BELTING** HANS

(1997), *After the End of Art. Contemporary Art and the Pale of History*, National Gallery of Art, Washington, (tr. it. *Dopo la fine dell'arte. L'arte contemporanea e il confine della storia*, Milano, Bruno Mondadori, 2008).

DIDI – HUBERMAN George

(2007), *Costruire la durata*, in Ferrari, 2007, pp. 21-52.

DUCHAMP Marcel

(1957), "Le processus creative", *Art News*, vol. 56, n. 4.

FERRARI Federico (a c. di)

(2007), *Del contemporaneo*, Bruno Mondadori, Milano.

FERRARIS Maurizio

(1981), *Viollet-Le Duc o Piranesi: postmodernità o tarda-modernità*, in "Estetica delle Rovine", *Rivista di Estetica*, 8, XXI, Torino, Rosenberg & Sellier, pp. 21-35.

FOUCAULT Michel

(1989) "La peinture de Manet", en *Les cahiers de Tunisie. Numéro special Foucault en Tunisie*. Notes – Documents et témoignages – Bulletin Critique. Faculté des Sciences humaines et sociales de Tunis. 3-4 Trimestre, 61-89, (tr. it., *La pittura di Manet*, Milano, Abscondita, 2005).

(1984), *Des espaces autres*, in "Architecture, Mouvement, Continuité", n. 5, ottobre 1984, (tr. it., *Eterotopia, Luoghi e non-luoghi metropolitani*, Milano, Mimesis, 1994).

(1975), *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Editions Gallimard, (tr. it., *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, Torino, Einaudi, 2005).

GOMBRICH Ernst Hans

(1999), (tr. it. *L'uso delle Immagini. Studi sulla funzione sociale dell'arte e sulla comunicazione visiva*, Milano, Leonardo Arte).

(1982), *The Image and the Eye. Further studies in the psychology of pictorial representation*, London, Phaidon Press, (tr. it., *L'immagine e l'occhio. Altri studi sulla psicologia della rappresentazione pittorica*, Torino, Einaudi, 1985).

(1979), *Ideals and Idols*, Phaidon Press Ltd, Oxford, (tr. it. *Ideali e idoli. I valori nella storia e nell'arte*, Torino, Einaudi, 1986).

(1959), *Art and Illusion. A study in the psychology of pictorial representation*, London, Phaidon Press, (tr. it. *Arte e illusione. Studio sulla psicologia della rappresentazione pittorica*, Torino, Einaudi, 2000).

(1950), (tr. it. *La storia dell'arte raccontata da Ernst Gombrich*, Milano, Leonardo Arte, 2000).

GREENBERG Clement

(1948), "La crisis de la pintura de caballete", in *Arte y cultura: ensayos críticos*, Paidós, Barcelona, 1988.

HASSAN Ihab

(1984), *La questione del postmodernismo*, in Carravetta, Spedicato, 1984.

HEGEL Georg Wilhelm Friedrich

(1807), *Phänomenologie des Geistes*, tr. it., *Fenomenologia dello Spirito*, Torino, Einaudi, 1998.

HEINICH Nathalie

(2007), *Per porre fine alla polemica sull'arte*, in Ferrari (a c di), 2007.

HORKHEIMER Max, ADORNO Theodor W.

(1944), *Dialettica dell'Illuminismo*, Torino, Einaudi, 1997.

KANT Immanuel

(1790), *Kritik der Urteilkraft*, tr. it., *Critica del Giudizio*, Bari, Laterza, 1997.

LYOTARD Jean-François

(1979), *La condition postmoderne*, Paris, Les Editions de Minuit, (tr. it., *La condizione postmoderna*), Milano, Feltrinelli, 2008.

MAZZOCUT-MIS Maddalena (a c. di)

(1997), *I percorsi delle forme. I testi e le teorie*, Milano, Bruno Mondadori.

MONTANI Pietro (a c. di)

(2004), *L'Estetica contemporanea. Il destino delle arti nella tarda modernità*, Roma, Carocci.

ORTEGA Y GASSET José

(1997), "Meditazioni sulla cornice", in Mazzocut-Mis M., (a c. di), 1997, pp. 218-228, (vers. or., in *El Espectador*, raccolta di saggi scritti dal 1916 al 1934).

PERNIOLA Mario

(2009), *Miracoli e traumi della comunicazione*; Torino, Einaudi.

(2004), *Contro la comunicazione*, Torino, Einaudi.

(1980), *La società dei simulacri*, Bologna, Cappelli.

RIEGL Alois

(1903), *Der moderne Denkmalkultus. Sein Wesen und seine Entstehung*, Viena, Leipzig, (tr. it., *Il culto moderno dei monumenti. Il suo carattere, i suoi inizi*, Bologna, Nuova Alfa Editoriale, 1990).

SCHLOSSER Julius von

(1908), *Die Kunst und Wunderkammern der Spätrenaissance*, Verlag von Klinkhardt und Biermann, Lipsia, (tr. it. *Raccolte d'arte e di meraviglie del tardo Rinascimento*, Firenze-Venezia, Sansoni, 1974).

SIMMEL GEORG

(1908), "El Espacio y la sociedad", in *Sociologia 2. Estudios sobre las formas de socialización*, Madrid, Revista de Occidente, 1977, pp. 643-740, (tit. or., *Soziologie Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Berlin, Duncker & Humblot).

(1903), *Die Großstädte und das Geistesleben*, Stuttgart, Koehler Verlag, 1957, (tr. it., *La metropoli e la vita dello spirito*, Roma, Armando, 2010).

(1902), *Der Bildrahmen. Ein Ästhetischer Versuch*, in "Der Tag", 18 novembre 1902, (tr. it. *La cornice del quadro. Un saggio estetico*, in Mazzocut-Mis M. (a c. di), 1997, pp. 208-217).

(1896), *Berliner Gewerbe-Ausstellung*, in "Die Zeit", Wien, 95, (vers. it., "Sulle esposizioni d'arte, in Georg Simmel, *Estetica e Sociologia*, Roma, Armando, 2006).

STRANO Carmelo

(2004), *Mai visto un tempo così. Come sentiamo, pensiamo, agiamo all'apertura del nuovo millennio*, Bologna, Lupetti.

(1989), *Dall'opera aperta all'opera ellittica: oltre la modernità e il postmoderno : studi e note sulla nuova classicità*, Milano, Mursia.

VALÉRY Paul

(1934), *Pièces sur l'art*, Editions Gallimard, Paris, (tr. it., *Scritti sull'arte*, Milano, Tea Arte, 1984).

VATTIMO Gianni

(1990), "Il museo e l'esperienza dell'arte nella post-modernità", in *Rivista di Estetica*, n. 34-35, anno XXX; ora anche in Luisetti, Maragliano, 2006, pp. 13-21.

(1989), *La società trasparente*, Milano, Garzanti, 2007.

(1984), *Oltre l'interpretazione. Il significato dell'ermeneutica per la filosofia*, Roma, Laterza.

ECONOMICS-MANAGEMENT

BODO Simona (a c. di)

(2000), *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, Torino, Edizioni Fondazione Giovanni Agnelli.

CARMI Elio

(2009), "Moda e Archistar", in *Branding. Una visione Design Oriented*, Bologna, Lupetti Editore, pp. 41-43.

CODELUPPI Vanni

(2003), *Il potere del consumo. Viaggio nei processi di mercificazione della società*, Torino, Bollati Boringhieri.

(2000), *Lo spettacolo della merce. I luoghi di consumo dai passages a Disney World*, Bompiani, Milano.

DI BETTA Paolo

(2005), *La regolazione nella strategia d'impresa. Convergenza e competenze, coalizioni e sistemi di beni*, Milano, Franco Angeli.

FABRIS Giampaolo

(2010), *La società post-crescita. Consumi e stili di vita*, Milano, Egea.

(2004), (a c. di) *L'esperienza del tempo di consumo tra pratiche e fruizione sociale*, Milano, Franco Angeli.

(2003), *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Milano, Franco Angeli.

FREY Bruno S.

(2000), "Superstar Museums: an Economic Analysis, in *Arts & economics: analysis & cultural policy*, Springer, Berlin, pp. 49-64.

GILMORE James H, PINE Joseph B.

(1999), *The Experience Economy*, Boston, Harvard Business School Press (tr. it., *L'economia delle esperienze. Oltre il servizio*, Milano, Etas).

KOTLER Neil, KOTLER Philip

(1998), *Museum Strategy and Marketing*, Jossey-Bass, S. Francisco, (tr. it. *Marketing dei musei. Obiettivi, traguardi, risorse*, Torino, Edizioni di Comunità, 1999).

NEGRO Alessandra

(2008-2009), *The Commercialization of superstar museums. Additional Revenue Generation, global branding and satellites*, Master of Science thesis, Università Commerciale "Luigi Bocconi", Academic Year 2008-2009.

LIBRI E ARTICOLI SUL MUSEO

ARRIBAS Sonia

(2007), *Imagen y autodestrucción de la cultura: El museo ficticio de Marcel Broodthaers*, Seminario Internacional "Memoria e Industria cultural", 28-29 de noviembre de 2007.

BATAILLE Georges

(1929-1939), "Museum", in *Documents*, Bari, Dedalo, 2009.

BERTUGLIA Cristoforo, **INFUSINO** Silvia, **STANGHELLINI** Andrea

(2004), *Il museo educativo*, Milano, Franco Angeli.

BINNI Lanfranco, **PINNA** Giovanni

(1980), *Museo. Storia e funzioni di una macchina culturale dal '500 ad oggi*, Milano, Garzanti, 1989.

CALVO SERRALER Francisco

(2001), "El fin de los museos de arte contemporáneo", in *Los museos y la conservación del Patrimonio*, Madrid, Fundación BBVA.

CLAIR Jean

(2007), *Malaise dans les musées*, Flammarion, (tr. it., *La crisi dei musei. La globalizzazione della cultura*, Milano, Skira, 2008).

DE SANCTIS RICCIARDONE Paola

(1999), *Derive collezionistiche contemporanee: sondaggio su mostre e museografie dell'inessenziale*, in Di Valerio F. (a c. di), *Gli oggetti dentro e fuori i Musei*, Bologna, Clueb, 1999, pp.

DI MONTE M. Giuseppina, **CALVANO** Teresa, **MANGIA** Paola (a c. di)

(2008), *Museo tra passato e presente*, Roma, Meltemi.

DURANT John (a c. di)

(1998), *Scienza in pubblico. Musei e divulgazione del sapere*, Bologna, Clueb.

EMILIANI Andrea

(1975), "Musei e museologia", in *Storia d'Italia*, vol. V, tomo II, pp. 1615-1655, Einaudi, Torino.

FREEDBERG Sydney Joseph, **JACKSON-STOPS** Gervase, **SPEAR** Richard E.

(1987), "Art History and the 'Blockbuster' Exhibition" in *The Art Bulletin*, Vol. 69, N. 2 (June 1987), pp. 295-298.

GAROIAN Charles R.

(2001), "Performing the Museum", in *Studies in Art Education*, Spring 2001, 42, 3, pp. 234-248.

GUIDIERI Remo

(1997), *El museo y sus fetiches. Crónica de lo neutro y de la aureola*, Madrid, Editorial Tecnos.

LOOK Ulrich

(2010), "Can a contemporary art museum support the anachronism of a work which fundamentally challenges the museum's historic mission?", in *Cura. Magazine*, II, 3, january-february 2010.

LÓPEZ CUENCA Alberto

(2005), "El MoMA ha muerto. ¿Larga vida al MoMA?", in *Revista de Libros*, 103-104, julio-agosto 2005, Madrid, Fundación Caja de Madrid.

LO RICCO GABRIELLA, MICHELI SILVIA

(2003), *Lo spettacolo dell'architettura. Profilo dell'archistar*©, Bruno Mondadori, Milano.

LUISETTI Federico, MARAGLIANO Giorgio. (a c. di)

(2006), *Dopo il museo*, Trauben, Torino.

MARANI Pietro, PAVONI Rosanna

(2006), *Musei. Trasformazioni di un'istituzione dall'età moderna al contemporaneo*, Venezia, Marsilio.

MONTANER Josep María

(2001), *El museo como espectáculo arquitectónico*, B. MM, 55, Abril-Junio 2001, 19ª Conferencia General y de la 20ª Asamblea General de ICOM.

(1994), *Museos para el nuevo siglo*, Barcelona, Gustavo Gili.

(1993), *Después del Movimiento Moderno. Arquitectura de la segunda mitad del siglo XX*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

PASCUCCI Giuliana

(2002), *Il Museo come Medium. L'impatto delle nuove tecnologie nella comunicazione museale*, in "Guardate con i vostri occhi...", *Saggi di storia dell'arte nelle Marche*", (a c. di A. Montironi), Macerata, La Musa, pp. 265-276, consultato in rete il 31 ott. 2010,

www.nova-net.it

PIRANI Federica

(2010), *Che cos'è una mostra d'arte*, Roma, Carocci

RIZZI Alessandra

(1996), "Iconografia del museo", in *L'arte. Critica e conservazione*, Milano, Jaca Book.

SALIZZONI Roberto

(2006), *Chiese e musei*, in Luisetti, Maragliano, 2006, pp. 51-52.

(2001), "Museo, collezione, esposizione", in *Rivista di Estetica*, n. 16, anno XLI, 2001.

STRINATI Claudio

(2008), "Il Tema", Introduzione in Di Monte, Calvano, Mangia, 2008, pp. 9-13.

VALLE Gianluca

(2008), "Eterotopie dello sguardo. Il "museo immaginario" di Hans Belting, in *Antropologie dell'immagine*, Macerata, Quodlibet.

VERCELLONI Virgilio

(2007), *Cronologia del museo*, Milano, Jaca book.

YOUNG LEE Paula

(1997), "The Musaeum of Alexandria and the formation of the Muséum in eighteenth-century France", in *The Art Bulletin*, LXXIX, 3, 1997, pp. 385 - 412.

MUSEUM STUDIES/INSTITUTIONAL CRITIQUE

MUSEUM EXHIBITIONS

BENNETT Tony

(2009), *Museo*, in Borja-Villel, Ribalta, 2009, pp. 178-195.

BOIS Yve-Alain

(1989), "Exposition: esthétique de la distraction, espace de démonstration", in *Les Cahiers du Musée National d'Art Moderne*, Automne 1989, 29, pp. 57-79, (tr. it., *Esposizione: estetica della distrazione, spazio della dimostrazione*, in "Rivista di Estetica", anno XLI, n. 16, 2001, pp. 113-141.

BORJA-VILLEL Manuel J., ROMERO Yolanda (a c. di)

(2009), *10.000 francos de recompensa: (el Museo de Arte Contemporáneo vivo o muerto)*, Madrid, Ministerio de Cultura, Subdirección Generales de Publicaciones, Información y Documentación.

BORJA-VILLEL Manuel J., RIBALTA Jorge

(2009), *Ideas recibidas. Un vocabulario para la cultura artística contemporánea*, Barcelona, Macba (Museu d'Art Contemporani de Barcelona).

CAMERON Duncan F.

(1971), *The Museum, a Temple or the Forum*, in "Curator", XIV, pp. 11-24.

CASEY Valerie

(2005), "Staging Meaning: Performance in the Modern Museum", in *TDR*, 49, 3, pp. 78-95.

COLLI Stefano, PERRONE Raffaella

(2003), *Espacio-identidad-empresa: arquitectura efimera y eventos corporativos*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

CRANE Susan

(2000), "Introduction: Of Museum and Memory", in *Museums and Memory*, Stanford University Press, California.

CRIMP Douglas

(1987), "The Art of Exhibition", *October. The first decade 1976-1986*, Cambridge-London, The Mit Press, pp. 223-255.

(1993), *On the museum's ruins*, Cambridge, Massachusetts MIT Press

DIAZ BALERDI Iñaki

(1994), *Miscelánea museológica*, Universidad del País Vasco.

DAEDALUS

(1999), *America's Museums*, (Special Issue), 128, (Summer).

DAMISCH Hubert

(2000), *L'amour m'expose : le projet "Moves"*, Brussels, Yves Gevaert Éditeur.

(1998), (con Bois Y., Hollier D., Krauss R.), "A conversation with Hubert Damisch", *October*, 85, 1998, pp. 3-17.

(1990), *Il museo parla al pubblico 1989/1990*, Bologna, Upi.

(1982), *Il dispositivo museo, note sui cambiamenti istituzionali*, in "Lotus", 35, 1982.

DAVALLON Jean

(1986), *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers : la mise en exposition*, Paris, Centre Georges Pompidou.

DESVALLÉES André

(1992), "Présentation", *En Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, tomo I, Collection Museologia, París, Éditions W, M.N.E.S., pp. 15-39.

ERNST Wolfgang

(2000), *Archi(ve)textures of Museology*, in Crane 2000, pp. 17 – 34.

FERNÁNDEZ Luis Alonso

(1999), *Introducción a la nueva museología*, Madrid, Alianza Editorial

FERNÁNDEZ Luis Alonso, FERNÁNDEZ Isabel García

(1999), *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, Madrid, Alianza Editorial.

FOSTER Hal

(2004), "An Archival Impulse", in *October*, Vol. 110 (Autumn, 2004), pp. 3-22.

(2002a), "Archives of Modern Art", in *October*, n. 99, Winter 2002, pp. 81-95, (tr. it., *Archivi d'arte moderna*, in Luisetti, Maragliano, 2006, pp. 63-78).

(1996), "The Archive without Museums" in *October* Vol. 77, (Summer, 1996), pp. 97-119.

FRIEDBERG Anne

(1993), *Window shopping: cinema and the postmodern*, Berkeley, University of California Press.

GARCÍA BLANCO Ángela

(1999), *La Exposición. Un medio de comunicación*, Madrid, Akal, 2009.

GLICENSTEIN Jérôme

Qu'est-ce que le "style" d'un commissaire d'exposition?

GRAU LOBO Luis

(2009-2010), *Museos, globalización y otros cambios climáticos: ensayo sobre sus derivas*, in Revista Museos.es, 5-6.

HERNÁNDEZ Francisca Hernández

(1998), *El museo como espacio de comunicación*, Gijon, Ediciones Trea.

HOOPER-GREENHILL Eilean

(2000), *Museums and the interpretation of visual culture*, London and New York, Routledge.

(1995), (editor) *Museum, Media, Message*, London and New York, Routledge.

(1992), *Museums and the shaping of knowledge*, London, Routledge.

HUDEK Antony

(2008), in *Exit*, n° 37, Junio/septiembre, Olivares & Asociados, Madrid.

HYLAND Angus, **KING** Emily

(2006), *Clid: Visual Identity and Branding for the Arts*, London, Laurence King Publishing.

ICOM-CIDOC Working Group on Terminology

(1986), *Dictionarium museologicum*, Budapest, Hungarian Esperanto Association.

KRAUSS Rosalind

(1997), "The Cultural Logic of the Late Capitalistic Museum", in *October the Second Decade 1986-1996*, Cambridge, The Mit Press.

LUGLI Adalgisa

(1992), *Museologia*, Milano, Jaca Book, 2003.

MACDONALD Sharon (edited by)

(2006), *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing.

MALRAUX André

(1951), *Les voix du silence*, Editions Gallimard, Paris, tr. it. "Il Museo immaginario", in *Il museo dei musei*, Milano, Leonardo, 1994.

MESTRE Joan Santacana, **CARDONA** Francesc Xavier Hernandez

(2006), *Museología crítica*, Gijón, Edicioenes Trea.

MILES Roger, **ZAVALA** Lauro (edited by)

(1994), *Towards the museum of the future: new European perspectives*, London, Routledge, 2002.

MOTTOLA MOLFINO Alessandra

(2004), *L'etica dei musei, Un viaggio tra passato e futuro dei musei alle soglie del terzo millennio*, Torino, Allemandi.

(1992), *Il libro dei musei*, Torino, Allemandi.

NEWHOUSE Victoria

(1998), *Towards a new museum*, New York, The Monacelli Press.

OBERHARDT Suzanne

(2001), *Frames within frames: the art museum as cultural artifact*, New York, Peter Lang.

O'DOHERTY Brian

(1976), *Inside The White Cube. The Ideology of Gallery Space*, University of California Press, Berkeley, 1999.

PEARCE Susan M.

(1993), *Museums, objects, and collections*, Washington, Smithsonian Institution.

POULOT Dominique

(2005), *Musée et muséologie*, Paris, Éditions La Découverte, (tr. it., *Musei e museologia*, Milano, Jaca Book, 2008).

RECTANUS Mark W.

(2006), *Globalization: Incorporating the museum*, in MacDonald 2006, pp. 381-397.

RIVIÈRE Georges Henri

(1989), *La muséologie selon Georges Henri Rivière : cours de muséologie, textes et témoignages*, Mâcon, Editions W.

SANTACANA Joan, **HERNÁNDEZ** Francesc Xavier

(2006), *Museología crítica*, Gijón, Trea.

SCHAER Roland

(1993), *L'invention des musées*, Paris, Gallimard.

SCHWARTZ Vanessa R.

(1998), *Spectacular realities: early mass culture in fin-de-siècle Paris*, Berkeley, University of California Press

STANISZEWSKI Mary Anne

(1998), *The Power of Display. A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*, New York, The Mit Press, 2001.

STRÁSKÝ Zbyněk

(1996), *Museology for tomorrow's world*, Proceedings of the international symposium held at Masaryk University, Brno [Czech Republic], ed. Zbyněk Stránský, 1996.

STRUTH Thomas., **BELTING** Hans.

(1998), *Thomas Struth: Museum Photographs*, Schirmer/Mosel, München.

SEMIOTICA

BAL Mieke

(1985), *Teoría de la narrativa*, Madrid, Catedra.

BASSO Pierluigi

(2008), *Vissuti di significazione: temi per una semiotica viva*, Pisa, ETS.

BENVENISTE Emile

(1969), *Le vocabulaire des institutions indo-européennes. Economie, parenté, société*, Les Editions de Minuit, Paris, (tr. it. *Il vocabolario delle istituzioni indoeuropee. Economia, parentela, società*, Torino, Einaudi, 1976).

(1966), *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard; (tr. it. *Problemi di linguistica generale*, Milano, Il Saggiatore, 1971).

CALABRESE Omar

(2006), *Come si legge un'opera d'arte*, Milano, Mondadori.

(2001), *Semiótica y museo: el laberinto de la mirada*, ponencia presentada en el simposio

omonimo, Guggenheim de Bilbao, junio de 2001.

(2003), *Venere svelata : la Venere di Urbino di Tiziano*, Milano, Silvana Editoriale.

(1995), con **VOLLI** Ugo, *I telegiornali. Istruzioni per l'uso*, Roma-Bari, Laterza.

(1999), *Lezioni di semisimbolico. Come la semiotica analizza le opere d'arte*, Siena, Protagon.

(1991), *Mille di questi anni*, Roma-Bari, Laterza, 1992.

CASARIN Chiara, **FORNARI** Davide (a c. di)

(2010), *Estetiche del camouflage*, Milano, Etal.

CAVICCHIOLI Sandra

(1996), "Spazialità e semiotica: percorsi per una mappa", in *Versus*, 1996, 73/74, pp. 3-44.

COLAS-BLAISE Marion, **TORRE** Gian Maria

(2010), "Les pratiques museales: una étude sémiotique sur l'expérience spectatorielle et ses médiations", in *Degrés*, 142, 2010, pp. 1-21.

CORRAIN Lucia (a c. di)

(2002), *Della rappresentazione*, Roma, Meltemi, (saggi scelti da Louis Marin, *De la représentation*, Paris, Gallimard-Seuil, 1994).

DOUGLAS Mary

(1970), *Natural Symbols*, Penguin Books Ltd, Harmondsworth, Middlesex, (tr. it., *I simboli naturali*, Torino, Einaudi, 1979).

ECO Umberto

(2009), *Vertigine della lista*, Milano, Bompiani.

(2003), *Un museo per un'opera sola*, in *Calabrese* 2003, pp. 17-28.

(2001), *Il museo del terzo millennio*, Conferenza Museo Guggenheim di Bilbao, 25 giugno 2001.

(1998), "Semiotica", in N. Abbagnano (a c. di), *Dizionario di Filosofia*, Torino, Utet.

(1990), "Museo e comunicazione", in *Il museo parla al pubblico 1989/1990*, Bologna, Upi.

(1977), *Dalla periferia dell'impero*, Bompiani, Milano.

(1979), *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani.

(1968), *La struttura assente. Introduzione alla ricerca semiologica*, Milano, Bompiani.

FABBRI Paolo

- (2010a), *La riconcezione semiotica*, in Goodman 2010.
- (2010b), *Strategie del camouflage*, in Casarin - Fornari, 2010.
- (2008), *Commedia del monumento. La catacresi come valore dell'abuso*, in Migliore (a c. di), 2008, pp. 173-184.
- (1999) *Parole, forme e tracce storiche*, www.paolofabbri.it
- (2002a), (P. Fabbri, G. Marrone), *Semiotica in nuce*, voll. I-II, Roma, Meltemi.
- (2002b), *Il girotondo delle muse*, www.paolofabbri.it
- (1998), *La svolta semiotica*, Roma-Bari, Laterza.
- (1996), "Réflexions sur le musée et ses stratégies de signification", in *Analyser le musée*, Université de Neuchâtel, 64, 1996, pp. 155-170.
- (1995), *Tácticas de los signos : ensayos de semiótica*, Barcelona, Gedisa.
- (1990), *Il museo parla al pubblico 1989/1990*, Bologna, Upi.
- FESTI** Giacomo, **VALLE** Andrea
- (2005), *Sulla "Semiotica degli oggetti"*, www.ec-aiss.it
- GOODMAN** Nelson
- (1984), *Of Mind and Other Matters*, Harvard University Press, 1984, (tr. it., *Arte in teoria Arte in azione*, Milano, ETAL, 2010).
- GRANDI** Roberto (a c. di)
- (1994), *Semiotica al marketing. Le tendenze della ricerca nel marketing, nel consumo, nella pubblicità*, Milano, Franco Angeli.
- GREIMAS** Algirdas Julien
- (1966), *Sémantique structurale. Recherche de méthode*, Paris, Larousse, (tr. it., *Semantica strutturale*, Roma, Meltemi, 2000).
- GREIMAS** Algirdas Julien, **COURTÉS** Joseph
- (1979), *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, (tr. it., a c. di P. Fabbri, *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Mondadori, 2007).
- HAMMAD** Manar
- (1989), "Lectura sémiotica de un museo", in *Museum*, 154, pp. 54-60.

(2001), *Lire l'espace, comprendre l'architecture*, Paris, PUF; (tr. it. *Leggere lo spazio, comprendere l'architettura*, Roma, Meltemi, 2003).

HJELMSLEV Louis T.

(1943), *Omkring sprogteoriens grundloeggelse*, Kobenhavn, Munksgaard (tr. it., *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Torino, Einaudi, 1968).

KUYPER de Eric, **POPPE** Emile

(1981), "Voir, regarder", in *Communications*, 34, pp. 85-96.

LANDOWSKI Eric

(1996), *Stati di luoghi*, in *Versus*, n° 73/74, Gennaio – Agosto 1996, Bompiani, Milano.

LANDOWSKI Eric, **MARRONE** Gianfranco (a c. di)

(2002), *La società degli oggetti*, Meltemi, Roma.

LOTMAN Jurij M.

(1987), *Architektura v kontekste kul'tury*, in "Architecture and Society", 6, pp. 8-15, (trad. it. *L'architettura nel contesto della cultura*, in Lotman, *Il girotondo delle Muse. Saggi sulla semiotica delle arti e della rappresentazione*, Bergamo, Moretti e Vitali, 1998, pp. 38-50)

(1985), *La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, Venezia, Marsilio.

(1977), *Testo e Contesto. Semiotica dell'arte e della cultura*, Laterza, Roma-Bari 1980.

(1970), *Kul'tura i informacija*, in *Stat'i po tipologii kul'tury. Materialy k kursu teorii literatury*, Tartu, (tr. it. in Jurij M. Lotman, Boris A. Uspenskij, *Tipologia della cultura*, Milano, Bompiani, 2001).

LOZANO Jorge

(2006), "La costruzione dell'evento e storia del presente (Zeitgeschichte)", in Jasenka G., Nicolin P. (a c. di), *Costruire il dispositivo storico tra fonti e strumenti*, Milano, Mondadori, 2006, pp. 291-296.

(2004), "Articulando la historia sobre el tiempo", in *Revista de Occidente*, 282, noviembre 2004, pp. 117-125.

(2001), "Barthes semioclasta", in *Revista de Libros*, 58, octubre 2001.

(1987), *El discurso histórico*, Madrid, Alianza Editorial, (tr. it., *Il discorso storico*, Palermo Sellerio, 1991).

MARIN Louis,

(1988), "Le cadre de la représentation", in *Art de voir; art de décrire II*, Les Cahiers du Musée national d'art moderne, pp. 62-81, tr. it., "La cornice della rappresentazione e alcune sue figure", in Corrain, 2002, pp. 196-221.

(1986), "Fragments d'histoires de musées", in *Cahier du Musée National d'art moderne*, 17-18, 1986, pp. 8-17.

MARRONE Gianfranco

(2001a), "L'efficacia simbolica dello spazio: azioni e passioni", in *Forme della testualità. Teorie, modelli, storia e prospettive*, Testo & Immagine, Torino).

(2001b), *Corpi sociali, Processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi.

MARRONE Gianfranco, **DUSI** Nicola, **LO FEUDO** Giorgio (a c. di)

(2007), *Narrazione ed esperienza. Intorno a una semiotica della vita quotidiana*, Roma, Meltemi.

MIGLIORE Tiziana (a c. di)

(2008), *Argomentare il visibile. Esercizi di retorica dell'immagine*, Bologna, Esculapio.

PEZZINI Isabella

(2011), *Semiotica dei nuovi musei*, Roma-Bari, Laterza.

(2009), *Architetture sensibili. Il Museo Ebraico e il Monumento alle Vittime dell'Olocausto a Berlino*, www.ec-aiss.it.

(2008), "I poteri dell'immagine in prospettiva semiotica", in T. Griffero, M. Di Monte, (a c. di), *Sensibilia. Potere delle immagini?*, Milano-Udine, Mimesis Edizioni, 2008, pp. 155-168.

(2006a), con **Pierluigi Cervelli**, *Scene del consumo: dallo shopping al museo*, Roma, Meltemi.

(2006b), *Vivere eventi: il pubblico e le sue metamorfosi*, in Pezzini - Cervelli, 2006, pp. 195-201.

POMIAN Krzysztof

(1997), "Historia cultural, historia de los semióforos", in AA.VV., *Para una historia cultural*, Rioux, Jean-Pierre y Jean François Sirinelli, Editorial Taurus, 1999, pp. 73-100, (vers. orig.,

"Histoire culturelle, histoire des sémiophores", in AA.VV. *Pour une histoire culturelle*, Paris, Paris. Editions du Seuil, 1997).

(1987), *Collectionneurs, amateurs et curieux, Paris, Venise: XVI-XVIII siècle*, Paris, Editions Gallimard, (tr. it., *Collezionisti, amatori e curiosi. Parigi-Venezia XVI-XVIII secolo*, Milano, il Saggiatore, 1989).

(1978), "Collezione", *Enciclopedia Einaudi*, Torino, vol. III.

POZZATO Maria Pia

(2007), *Ruolo e rilevanza dei modelli narrativi nella semiotica attuale*, in Marrone, Dusi, Lo Feudo, 2007, pp. 71-79.

SAUSSURE Ferdinand de

(1916), *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot, (tr. it. *Corso di linguistica generale*, Bari, Laterza, 1967).

STOICHITA Victor

(2009), "El museo y la ruina, el museo como ruina", in *Cómo saborear un cuadro y otros estudios de historia del arte*, Madrid, Cátedra.

(2006), *L'effetto Pigmalione. Breve storia dei simulacri da Ovidio a Hitchcock*, Milano, il Saggiatore.

(1993), *L'instauration du tableau*, Klincksieck, Méridiens; (tr. it. *L'invenzione del quadro. Arte, artefici e artifici nella pittura europea*, Milano, il Saggiatore, 1998).

TABORSKY Edwina

(1983), "The Syntax and the Museum", in *RSSI Semiotic Inquiry*, vol. 3, n. 1, 1983.

UMIKER-SEBEOK Jean

(1994), *La costruzione di significato in un museo: implicazioni per una semiotica delle pratiche di consumo*, in Grandi (a c. di), 1994, pp. 31-55.

ZUNZUNEGUI Santos

(2010), "Alianza y condena. El cine y el museo", in *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.

(2003), *Metamorfosis de la Mirada. Museo y semiótica*, Madrid, Cátedra.

BOURDIEU Pierre, SCHNAPPER Dominique, DARBEL Alain

(2003), *El amor al arte : los museos europeos y su público*, Barcelona, Paidós.

HOOPER-GREENHILL Eilean

(1994), *Museums and their visitors*, Londres and New York, Routledge.

FORTEAU Claude

(2000), "La politique des publics au Louvre", in *Publics & projets culturels : un enjeu des musées en Europe : Journées d'étude 26 et 27 octobre 1998, Paris, musée national du Moyen Âge*, Ministère de la Communication, Centre National de la Recherche Scientifique, Musée National du Moyen Âge, Paris, L'Harmattan, 2000.

SOCIOLOGIA, MEDILOGIA, MEMORIA STORICA

ASSMAN Jan

(1992), *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*, Oscar Beck, München, (tr. it. *La memoria culturale. Scrittura, ricordo e identità politica nelle grandi civiltà antiche*, Torino, Einaudi, 1997).

BORRELLI Davide

(1995), *Ironia senza limiti. La cornice nelle strategie della comunicazione*, Genova, Costa & Nolan.

BRYMAN Alan

(2004), *The Disneyization of society*, London, Sage, 2009

CANCLINI Néstor García

(2010), *La sociedad sin relato. Antropología y Estética de la inminencia*, Madrid, Katz.

COLOMBO Fausto (a c. di)

(2005), *Atlante della comunicazione: cinema, design, editoria, internet, moda*, Milano, Hoepli.

DEBORD GUY

(1988), *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, Barcelona, Anagrama, 1990, (tit. or.,

Commentaires sur la société du spectacle, París, Lebovici, 1988).

(1968), *La Société du Spectacle*, Paris, Gallimard, (tr. it., *La società dello spettacolo*, Milano, Bompiani, 2008).

DEBRAY Régis

(2000), *Introducción a la mediología*, Barcelona, Paidós, 2001, (tit. or., *Introduction à la médiologie*, Paris, Presses universitaires de France, 2000).

(1999), "Trace, forme ou message?", in *Les Cahiers de médiologie 7*, Paris, Gallimard.

(1996), "Pourquoi le spectacle?", in *Les Cahiers de médiologie 1, La Querelle du spectacle*, Paris, Gallimard.

(1992), *Vie et mort de l'image*, Paris, Éditions Gallimard, (tr. it., *Vita e morte dell'immagine*, Milano, Il Castoro, 2010).

DE CERTEAU Michel

(2008), "Andar en la ciudad", in *Bifurcaciones, Revista de estudios culturales urbanos*, 07, julio 2008.

(1980), *L'invention du quotidien*, Gallimard, Folio, Paris, (tr. it. *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Ed. Lavoro, 2009).

DIANO Carlo

(1993), *Forma ed evento*, Venezia, Marsilio.

GLUSBERG Jorge

(1980), *Cool museums and hot museums: towards a museological criticism*, Buenos Aires, Center of Art and Communication, (tr. it., *L'ultimo museo. Musei freddi e caldi, vecchi e nuovi, immaginari, integrati*, Palermo, Sellerio, 1983).

HARTOG François

(2005), "Tiempo y Patrimonio", in *Museum Internacional*, LVII, n°3 / 227, septiembre de 2005.

HUYSENEN Andreas

(2010), *Entrevista con Andreas Huyssen*, texto a cura di Sergi Doria, Invierno (enero - marzo 2010, www.barcelonametropolis.cat/es, consultato in rete il 29 gennaio 2011).

(2000), *En busca del tiempo futuro*, in "Medios, política y memoria", *Puentes*, I, n.2, diciembre 2000.

(1995), "Escapar de la amnesia: el museo como medio de masas", en AA.W., *El paseante*, N° 23-25 de 1995, Madrid.

LE GOFF Jacques

"Documento/Monumento", *Enciclopedia Einaudi*, Torino, vol. I.

MANOVICH Lev

(2011), "La práctica (los medios) de la vida cotidiana. Del consumo de masas a las producción cultural en masa", in *De 11 a 21. Sobre la posición del espectador en la cultura visual contemporánea*, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, num 0, nov 2010-feb 2011.

(2009), *La poética del espacio aumentado*, in Borja-Villel, Ribalta, 2009.

(1999), *The Language of New Media*, Massachusetts Institute of Technology, 2001, (tr. it. *Il linguaggio dei Nuovi Media*, Milano, Edizioni Olivares, 2002).

QUERCI Niccolò (a c. di)(2007), *Scenari paralleli. Organizzare la complessità*, Milano, Rti-reti Televisive It.

RANCIÈRE Jacques

(2008), *El espectador emancipado*, Castellón, Ellago Ediciones, 2010, (tít. orig., *Le spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique éditions, 2008).

SILVERSTONE Roger

(1994), *The medium is the museum: on objects and logics in times and spaces*, in: Roger S. Miles, Lauro Zavala, *Towards the museum of the future: new European perspectives*, Londres, Routledge, pp. 161-176.

SPERONI Franco

(2002), *La rovina in scena. Per un'estetica della comunicazione*, Meltemi, Roma.

(in corso di stampa), *L'archivio post-testuale: Aby Warburg e il suo Atalnte della Memoria. Mnemosyne*.

VALERIANI Luisa

(2009), *Performers. Figure del mutaento nell'estetica diffusa*, Roma, Meltemi.

VIRILIO Paul

(2004), *Ville Panique. Ailleurs commence ici*, París, Galiléé, (tr. it. *Città Panico. L'altrove comincia qui*, Milano, Raffaello Cortina, 2004).

(1989), *Esthétique de la disparition*, Paris, Editions Galilée, (tr. it., *Estetica della sparizione*, Napoli, Liguori, 1992).

(1984), *L'espace critique*, Paris, Christian Bourgois Editeur, (tr. it., *Lo spazio critico*, Bari, Dedalo, 1998).

VISUAL AND CULTURAL THEORY

AA. VV.,

(1996), *Visual Culture Questionnaire, October, 77* (Summer 1996), pp. 25-70, (Svetlana Alpers, Emily Apter, Carol Armstrong, Susan Buck-Morss, Tom Conley, Jonathan Crary, Thomas Crow, Tom Gunning, Michael Ann Holly, Martin Jay, Thomas Dacosta Kaufmann, Silvia Kolbowski, Sylvia Lavin, Stephen Melville, Helen Molesworth, Keith Moxey, D. N. Rodowick, Geoff Waite, Christopher Wood)

ALPERS Svetlana

(1998), *Visual Culture Questionnaire, "October", n. 77*, pp. 25-70.

(1991), "The Museum as a Way of Seeing" in I. Karp & S. Lavine (Eds.) *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington: Smithsonian Institution Press, 1991, pp. 25-32.

(1984), *The Art of Describing. Dutch Art in the Seventeenth Century*, Chicago and London, The University of Chicago Press, (tr. it. *Arte del descrivere: scienza e pittura nel Seicento olandese*, Torino, Boringhieri).

ARGYLE M., INGHAM R., ALKEMA F., McCALLIN M.,(1972), "The Different Functions of Gaze", in *Semiotica*, 7.

ARNHEIM Rudolf

(1954), *Art and Visual Perception*, Berkeley, Calif., (tr. it., *Arte e percezione visiva*, Milano, Feltrinelli, 1965).

BAL Mieke

(2009a), *¿Qué historias contamos? ¿Cómo se construyen las narraciones?*, Conferencia, in Borja-Villel e Romero, 2009.

(2009b), *Exhibition as a Syntax of the Face*, in "The Grammar of the exhibition", Journal of contemporary curatorship, English text, 7, 2009/2010, Milano, Silvana editoriale.

(1996), *Double exposures: the subject of cultural analysis*, London, Routledge.

BAXANDALL Michael

(1991), "Exhibiting Intention: Some preconditions of the Visual Display of Culturally Purposeful Objects", in I. Karp & S. Lavine (Eds.) *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington: Smithsonian Institution Press, 1991, pp. 33-41.

(1972), *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy*, Oxford University Press, (tr. it., *Pittura ed esperienze sociali nell'Italia del Quattrocento*, Torino, Einaudi, 1978).

BELTING Hans

(2006a), *Contemporary Art and the Museum in the Global Age*, Lecture Musei Vaticani, Rome, globalartmuseum.de.

(2006b), *Il museo: riflessione o sensazionalismo?*, in AA. VV., 2006, pp. 209-224.

(2002), *¿Qué es una obra maestra?*, Barcelona, Crítica, (tit. or., *Qu'est-ce qu'un chef-d'œuvre?*, Paris, Musée du Louvre, Gallimard, 2000).

BERLEANT Arnold

(1987), *Does Art have a Spectator?*, in "Journal of Aesthetics and Art Criticism, 45, Summer 1987, pp. 411-412.

BOEHM Gottfried

(2009), *La svolta iconica*, Roma, Meltemi

(2001), "Museum und Wissenschaft", in *Die Zukunft der Alten Meister. Perspektive und Konzepte für das Kunstmuseum von heute*, (a c. di) E. Mai, Köln-Weimar-Wien, Böhlau Verlag.

BREA José Luis

(2005), *Estudios visuales : la epistemología de la visualidad en la era de la globalización*, Madrid, [Akal Estudios Visuales](http://AkalEstudiosVisuales).

BREDEKAMP Horst

(1999), *Il museo di se stesso*, in "Nuova Museologia", anno I, n.1, consultabile in rete: www.nuovamuseologia.org

(1993), *Antikensehnsucht und Maschinenglauben. Die Geschichte der Kustkammer und die Zukunft der Kunstgeschichte*, (tr. it. *Nostalgia dell'antico e fascino della macchina. La storia della Kustkammer e il futuro della storia dell'arte*, Milano, il Saggiatore, 2006).

BRYSON Norman

(1983), *Vision and Painting. The Logic of the Gaze*, London, Macmillan.

CASSETTI Francesco

(2005), "Vedersi vedere", in I. Pezzini, R. Rutelli (a c. di), *Mutazioni audiovisive. Sociosemiotica, attualità e tendenze nei linguaggi dei media*, Pisa, Ets,

<http://francescocasetti.files.wordpress.com/2011/03/vedersivedere.pdf>

(2000), *L'occhio dello spettatore*, Milano, Pubblicazioni I.S.U. Università Cattolica.

(1986), *Dentro lo sguardo. Il film e il suo spettatore*, Milano, Bompiani, (tr. in spagnolo, *El film y su espectador*, Madrid, Catedra, 1989).

CRARY Jonathan

(1990), *Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth century*, Cambridge, MIT Press, 1997

DI MONTE Maria Giuseppina (a c. di)

(2006), *Immagine e scrittura*, Roma, Meltemi.

JAY Martin

(2009), *Entre el hecho artístico y el documento: la traducción*, Conferencia, in Borja-Villel e Romero.

(2007a), *Ojos abatidos : la denigración de la visión en el pensamiento francés del siglo XX*, Madrid, Akal.

(2007b), "¿Parresía visual? Foucault y la verdad de la mirada", *Estudios Visuales*, Enero 2007, pp. 8-22.

(1993), *Force Fields. Between intellectual history and cultural critique*, New York, Routledge.

KARP Ivan, **LAVINE** Steven D.

(1991), *Exhibiting Cultures. The poetics and Politics of Museum Display*, Smithsonian Institute Press, Washington.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT Barbara

(1998), *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*, Berkeley, University of California Press.

KRAUSS Rosalind

(1997), "The Cultural Logic of the Late Capitalistic Museum", in *October the Second Decade 1986-1996*, Cambridge, The Mit Press.

NOORDEGRAAF Julia

(2004), *Strategies of Display: the Boijmans Van Beuningen Museum in Nineteenth- and Twentieth-Century Visual Culture*, Rotterdam: Museum Boijmans Van Beuningen Publishers.

SOMAINI Antonio (a c. di)

(2005), *Il luogo dello spettatore: forme dello sguardo nella cultura delle immagini*, Milano, Vita e Pensiero.

(2000), *La cornice e il problema dei margini della rappresentazione*, in "Le parole della filosofia, III. Seminario di filosofia dell'immagine", www.lettere.unimi.it.

WINTER Jay

(2006), *Remembering War: The Great War and Historical Memory in the Twentieth Century*, New Haven, Yale University Press.

RIVISTE SCIENTIFICHE

Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura, 5-8, 1982-83, Bellaterra (Barcelona), Universidad Autònoma de Barcelona.

The Art Bulletin, Vol. 69, N. 2.

Actes Sémiotiques. Bulletin, VI, 27, 1983-1984.

New Criticism

Bifurcaciones, Revista de estudios culturales urbanos

Estudios Visuales

The Journal of Aesthetics and Art Criticism, vol. 45, n. 1, Autumn 1986.

Lotus, 35, 1982.

Museos.es, <http://www.mcu.es/museos/MC/MES/index.html>

Museum Internacional, "Diversidad cultural y patrimonio", LVII, 3 / 227, septiembre de 2005.

RSSI, Recherches Sémiotiques/Semiotic inquiry, vol. 3, no 1, 1983, Ontario: Association Canadienne de Sémiotique.

Regree

Rivista di Estetica, 16, anno XLI, 2001; 34-35, anno XXX, 1990; 8, anno XXI, 1981.

Semiotica, 7.

Studies in Art Education, Spring 2001, 42, 3.

Travaux du centre de recherches semiologiques, Université de Neuchâtel, 64, 1996.

October, 85, Summer 1998.

October, The First Decade, 1976-1986, Cambridge, London, The Mit Press, 1987.

Versus, 85/86/87, 2000, "Sulla traduzione intersemiotica"; 91/92, 2005, "Sulla Semiotica degli oggetti"; 73/74, 1996, "La spazialità: valori, strutture, testi".

PAGINE WEB

AAM (2002), *What is a museum*: <http://www.aam-us.org/aboutmuseums/whatis.cfm>

www.associazionesemiotica.it

www.ec-aiss.it

www.icom-italia.org

www.icom.museum

icofom.com.

www.nuovamuseologia.org

www.lettere.unimi.it

www.pabaac.beniculturali.it

www.culturaincifre.istat.it

www.fondazionemaxxi.it

www.sissco.it

www.paolofabbri.it

www.aber.ac.uk

www.globalartmuseum.de

SCRITTI

CALVINO Italo

(1984), "Il museo dei mostri di cera", in *Collezione di sabbia*, Milano, Mondadori, 2002.

(1972), "Le città e il desiderio", in *Le città invisibili*, Milano, Mondadori, 2004.

- Intervista a Harald Szeemann (a c. di Maria Laura Parma), in *Nuova Museologia*, 7, Novembre 2002.

