

non solo Saggi

13

© Johan & Levi

© 2024 Johan & Levi Editore
www.johanandlevi.com

Progetto grafico
Paola Lenarduzzi

Copertina
Silvia Gherra

Impaginazione
Sara Cattaneo

Stampato da Consorzio Artigiano LVC,
Azzate (VA), su carta certificata
Arena Natural

Finito di stampare nel mese
di dicembre 2024

ISBN 978-88-6010-373-4

Pubblicato su licenza di
The Italian Literary Agency

Il presente volume è coperto da diritto
d'autore e nessuna parte di esso può
essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi
forma o con qualsiasi mezzo elettronico,
meccanico o altro senza l'autorizzazione
scritta dei proprietari dei diritti d'autore.

Giovanni Carrada

Perché non parli?

Come raccontare il patrimonio culturale

Prefazione di James M. Bradburne

Johan & Levi

Sommario

p. 11 *Il punto di vista di un direttore di museo sulla museologia*
di Giovanni Carrada — James M. Bradburne

19 *Introduzione*

27 *Il capolavoro è muto*

39 *La trappola autoreferenziale*

49 *Il potere delle cose reali*

61 *Interpretare non è insegnare*

71 *Connettersi con i visitatori*

83 *Toccare le emozioni*

93 *Spiegare i significati piccoli e quelli grandi*

107 *Vedere è già un capire*

119 *Ricreare il contesto*

135 *L'opportunità di una storia più grande*

143 *L'arte di far parlare l'arte*

161 *Cancellare, celebrare o reinterpretare?*

175 *La giusta misura dell'esperienza*

183 *Momenti speciali*

191 *L'idea curatoriale*

203 Ringraziamenti

205 Bibliografia

© Johan & Levi

Introduzione

«Quando sono in un museo mi piace guardare un oggetto
e lasciare che la mia immaginazione ci lavori sopra.

E mi chiedo: che cosa sto imparando da questo oggetto
che risveglia la mia immaginazione e mi aiuta a capire meglio
la storia e il mondo in cui viviamo?»

Kenneth Hudson, "The Public Quality of a Museum", 1999

19

Sono le quattro del pomeriggio di sabato 10 agosto, e mi trovo nell'atrio di ingresso dell'Hunterian Museum, museo londinese dedicato alla storia della chirurgia. Uno dei tanti musei minori della città. Mi sto chiedendo come possano esserci almeno trenta persone in coda per entrare. Sono in gran parte giovani, e il personale le lascia entrare un po' alla volta, a mano a mano che i visitatori precedenti escono.

Sono abituato alle folle curiose nelle mostre e nei musei di Londra, praticamente in ogni orario e in ogni giorno della settimana, ma la fila per entrare in un museo di storia della chirurgia del Royal College of

Surgeons, più o meno l'equivalente del nostro Ordine dei Medici, proprio non me l'aspettavo. E mi chiedo: qual è la *secret sauce*, la ricetta segreta per riuscire a coinvolgere tante persone? Che cosa sa chi fa una mostra o un museo qui, che in Italia non abbiamo ancora imparato?

L'Italia è un'altra cosa. Senza nulla togliere alle collezioni straordinarie dei musei britannici né al patrimonio diffuso dalla Manica alla Scozia, il nostro paese possiede ben altro, carico com'è di storia e di bellezza. Come forse nessun altro paese al mondo. Ma proprio per questo è così assurdo che circa sette italiani su dieci – come ci informa l'ISTAT – non visitino mai nulla. E che ai loro occhi arte e passato siano solo noia.

20

E gli altri? Gli altri tre su dieci affollano quasi solo i musei, le mostre e gli scavi archeologici più famosi, dai quali spesso tornano a casa con una meraviglia generica ed effimera, senza che nulla di nuovo sia nato nella loro testa o nel loro cuore. Oltre non riescono ad andare perché non li sanno guardare, non conoscono il contesto che li ha prodotti, non ne afferrano che pochi aspetti, e faticano a dar loro un significato che, in qualche modo, li riguardi personalmente.

Che cosa si perdono? Che cosa stiamo perdendo tutti? Ma soprattutto perché siamo così lontani da un patrimonio di cui pure siamo così orgogliosi? La semplice risposta è che, come il *Mosè* di Michelangelo della leggenda, questo patrimonio non parla a chi lo visita. Quasi mai può farlo da solo, e non ci siamo preoccupati abbastanza di dargli voce. Salvo fortunate eccezioni, i nostri musei non aiutano a far capire e a far godere le loro collezioni, i parchi archeologici le loro rovine, i monumenti il nostro passato.

È un problema così grande e così ovvio che finiamo per non notarlo neppure.

Ci sembra normale che durante una visita a un luogo del nostro patrimonio culturale non ci venga spiegato nulla (o poco, o troppo, o male) e che l'esperienza sia così superficiale. Ci sembra normale che la maggioranza delle persone non prenda neppure in considerazione l'idea di entrarvi. Ci sembra normale, ma non lo è affatto. Si tratta invece di una forma di esclusione ben più sistematica e radicale di quella dovuta alle barriere architettoniche e sensoriali, perché riguarda quasi tutti.

L'esclusione di fatto di così tante persone appare ancora più assurda se guardiamo allo sforzo immenso che abbiamo saputo fare, invece, su altri fronti. Generazioni di studiosi, amministratori e figure illuminate della politica e della società civile si sono spese per far sì che così tanti luoghi fossero studiati, tutelati, restaurati e aperti al pubblico. Un compito immenso, perché il nostro patrimonio culturale è incredibilmente più vasto e diversificato, in proporzione, rispetto a quello di qualsiasi altro paese al mondo.

21

Siamo forse i più bravi a studiare, tutelare e restaurare, ma non abbiamo ancora imparato a *interpretare*, cioè a connettere gli oggetti e i luoghi con le persone in visita. Regalare loro nuove conoscenze e curiosità. Suscitare emozioni, immaginazione e ispirazione. Far venire voglia di vedere, sapere e godere di più. Per avere un'idea di che cosa significa, basta pensare alla differenza fra una visita fatta da soli e una in cui si è accompagnati da una brava guida.

Interpretare significa far capire e far godere allo stesso tempo, perché non ci può essere comprensione senza emozioni. Ce lo confermano anche le neuroscienze: il godimento è l'energia che ci spinge a capire, e la comprensione è la chiave che apre a un godimento più profondo e duraturo. E poi le persone, nel loro tempo libero, sono alla ricerca di esperienze piacevoli, non dell'ennesimo dovere da compiere.

Ci manca insomma “l’ultimo miglio”, l’ultimo pezzetto di strada per far incontrare davvero patrimonio e pubblico. Ne guadagnerebbe anche la causa della tutela, perché non c’è garanzia migliore dell’attenzione e dell’affetto di tutti i cittadini.

A onor del vero, la consapevolezza che la nuova battaglia oggi sia l’abbattimento delle barriere cosiddette “cognitive” – ma sarebbe più corretto e meno offensivo chiamarle “culturali” – si sta già facendo strada. Il problema è che all’interpretazione per un largo pubblico, nata e sviluppata in altri paesi, abbiamo cominciato a dedicarci davvero solo da qualche anno.

Lo stesso termine “interpretazione” da noi suona spesso come una novità, anche se compare nella definizione di museo dell’ICOM (International Council of Museums): «Il museo è un’istituzione permanente senza scopo di lucro e al servizio della società che compie ricerche, colleziona, conserva, *interpreta* [corsivo mio] ed espone il patrimonio culturale, materiale e immateriale».

22

L’interpretazione è quindi un pubblico servizio, esattamente come gli altri che un museo – così come qualsiasi altro luogo del patrimonio culturale – è tenuto a fornire. E trovarla è un diritto di chi visita, peraltro riconosciuto anche dal nostro Codice dei Beni Culturali. Questo libro è un invito a conoscerla, comprenderla e metterla in pratica.

Far parlare il patrimonio culturale è un’arte, non una scienza. Non offriamo quindi ricette, ma idee e principi, insieme alla spiegazione di alcuni meccanismi chiave della nostra mente che possiamo applicare caso per caso, con sensibilità e intelligenza. Anzi con discernimento, come si sarebbe detto una volta, che implica anche saggezza, intuizione, etica.

Scorriamo brevemente il contenuto dei capitoli, che si aprono tutti con il racconto di una visita precisa.

“Il capolavoro è muto” esplora la relazione fra sapere, capire ed essere arricchiti da una visita, spiega perché quasi nulla del passato è comprensibile senza interpretazione, discute quale sia il vero valore nella valorizzazione, racconta come sono cambiati e cosa chiedono oggi i visitatori.

“La trappola autoreferenziale” spiega qual è il “peccato originale” di quasi tutte le interpretazioni che non funzionano: raccontano qualcosa con gli occhi di chi l’ha studiata, senza considerare il punto di vista di chi la visiterà. Svela quindi le distorsioni cognitive istintive dalle quali ogni esperto si deve guardare e le tradizioni culturali che rendono più difficile liberarsene.

“Il potere delle cose reali” spiega perché oggetti e luoghi producono esperienze che possono essere aidate dalle parole, ma che vanno molto oltre il potere delle parole. Cosa succede nel nostro cervello quando leggiamo, quando vediamo un’immagine e quando percepiamo con tutti i nostri sensi? Che differenza c’è fra scrivere un libro e far parlare un oggetto? Perché c’è sempre un conflitto fra guardare un oggetto e leggere le parole usate per spiegarlo?

23

“Interpretare non è insegnare” chiarisce le profonde differenze fra il patrimonio culturale e la scuola, spiega che cosa si può ottenere con una buona interpretazione e come, ma ricorda che si visita per piacere e non per dovere, per essere ispirati e non per ricevere informazioni, per vivere qualcosa e non solo per farsela spiegare.

“Connettersi con i visitatori” parla della rilevanza, cioè della cruciale importanza di saper svelare, suggerire o creare un legame personale fra il visitatore e l’opera, il luogo o la collezione, e di come si fa. Perché se una cosa è interessante non lo decidiamo noi ma chi visita, il quale vede con la sua testa e non con la nostra.

“Toccare le emozioni” è dedicato alle vere padrone della nostra mente e al loro ruolo centrale in ogni interpretazione. È essenziale imparare a identificarle, suggerirle, assecondarle e usarle per tramettere i nostri messaggi, anche quando sembra che questi non abbiano nulla a che fare con le emozioni.

“Spiegare i significati piccoli e quelli grandi” illustra la logica di base dell’interpretazione, il “movimento fondamentale” che aiuta a scegliere cosa dire e quando, per entrare in modo naturale ed efficace nella mente delle persone: cosa stiamo guardando, cosa significava l’oggetto quando fu realizzato, cosa potrebbe significare per noi oggi.

I quattro capitoli successivi approfondiscono questi passaggi così importanti.

24

“Vedere è già un capire” spiega come aiutare le persone a vedere gli oggetti e come incoraggiarle a osservarli, attivando così una delle funzioni cognitive più potenti della nostra mente.

“Ricareare il contesto” parla di come legare luoghi e oggetti ai loro significati originali, spesso più importanti e interessanti dei luoghi o degli oggetti stessi, e ci mette in guardia dai pericoli che a cui possiamo andare incontro se non lo facciamo.

“L’opportunità di una storia più grande” invita a sfruttare l’interesse relativo all’oggetto per ampliare ulteriormente lo sguardo e portare l’attenzione su un tema più grande, più importante e più vicino agli interessi attuali e personali dei visitatori.

“L’arte di far parlare l’arte” estende il “movimento fondamentale” dell’interpretazione all’ambito specifico dell’espressione artistica,

suggerendo come aiutare l'immaginazione del visitatore a toccare quella dell'artista e sottolineando il ruolo chiave del tempo passato davanti alle opere.

Gli ultimi capitoli affrontano invece alcune scelte chiave per la buona riuscita di un'interpretazione.

“Cancellare, celebrare o reinterpretare?” discute di come far parlare luoghi, collezioni, personaggi o episodi moralmente dubbi o che possono urtare diverse sensibilità: un tema che negli ultimi anni è diventato centrale e spesso divisivo.

“La giusta misura dell'esperienza” ricorda che l'interpretazione è inevitabilmente anche l'arte di togliere. Nel breve spazio di una visita le persone sono in grado di assorbire solo una certa quantità di oggetti, parole, informazioni e spiegazioni, oltre la quale l'esperienza comincia a peggiorare e quello che possono portare a casa comincia a diminuire. Ma perché la mente è così pigra? Come si può aumentare il numero di contenuti da mostrare o da dire? Come capire quando è troppo o troppo poco, troppo facile o troppo difficile?

“Momenti speciali” spiega perché in ogni visita ci sono momenti che valgono molto più di altri, perché può essere utile progettare un'esposizione come uno spettacolo o un'opera d'arte totale, perché può essere utile pensare al visitatore anche come a un cliente.

“L'idea curatoriale” riunisce tutti i fili e ricorda che il valore aggiunto del lavoro della curatrice o del curatore è trovare un'idea forte capace di conferire un senso importante, nuovo e utile alla visita, e poi compiere le scelte necessarie a trasmetterla ai visitatori nel modo più efficace e coinvolgente.

Le idee, i principi e i meccanismi di cui parleremo possono essere applicati a qualsiasi altra forma di divulgazione culturale – libri, articoli, lezioni, conferenze, interviste, trasmissioni televisive – ed essere utili a tutti coloro che a vario titolo si occupano del patrimonio: politici, amministratori, funzionari, studiosi, curatori, responsabili e operatori della didattica e della mediazione, architetti, autori, realizzatori di tecnologie o di contenuti digitali, produttori di mostre, guide turistiche, comunicatori, insegnanti.

I visitatori attenti saranno invece spinti a guardare meglio un'esposizione, a prestarvi più attenzione, a cercarvi significati nascosti e quindi a capirne e a goderne di più, a prescindere dalla qualità dell'interpretazione. Ma soprattutto, pretenderanno di più da chi gestisce i luoghi che stanno visitando.

26 La mia personale speranza è che questo libro convinca i più giovani a scegliere di imparare come si interpreta il patrimonio culturale, e magari a farne una professione. Fare sì che i luoghi del nostro patrimonio culturale siano pieni di visitatori curiosi ai quali venga offerta un'opportunità di crescita intellettuale e personale sarà infatti il compito di un'intera generazione.

Il lavoro che abbiamo di fronte è enorme, ma la sfida è elettrizzante.