

ESSAYS, 14 giugno 2016

- «Fantasma dimmi che cosa ci aspetta»*

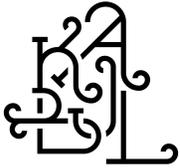
«Cosa saremmo noi senza Musei?» Dalla visione di Franconia al ruolo dei musei di arte contemporanea in Italia. Quanto le istituzioni stanno realmente provando a promuovere la nostra generazione?

AUTORE: Carolina Gestri

Il Louvre allestito oggi, abitato dai fantasmi di Napoleone e Marianne.
Il Louvre spoglio, ai tempi dell'assedio nazista.

Una nave cargo affronta la tempesta per trasportare le casse di numerose opere provenienti da un museo non identificato. Il capitano del cargo, pentito di aver accettato l'incarico per la tempesta che deve affrontare, manda costanti aggiornamenti sullo stato del trasporto al regista [Aleksandr Sokurov](#), appena tornato da Parigi dove ha ultimato le riprese del film.

«Sballottare l'arte sull'Oceano è disumano».* Le riflessioni scaturite dalla visione del film non sono molto distanti dalle sensazioni provocate dalle immagini della distruzione del sito archeologico di Ninive o Nimrud che l'[Huffington Post](#) ha definito come «un genocidio culturale senza precedenti» ad opera «di chi sfida i sentimenti dell'umanità». Al cinema Franconia, in televisione la realtà degli ultimi mesi. Il perché il regista abbia avvertito la necessità di utilizzare proprio la galleria del Louvre come espediente per tradurre le nostre paure quotidiane e sensibilizzare il pubblico lo spiega [John Berger](#) già negli anni '70: se provassimo a isolare il seguente testo dal copione della serie televisiva della BBC, potremmo benissimo credere che queste parole provengano da un'intervista rilasciata dallo stesso Sokurov:



«Stasera non vorrei prendere in considerazione la pittura in sé, quanto piuttosto la maniera in cui noi la guardiamo ora. Adesso, nella seconda metà del XX secolo, perché la guardiamo come nessuno l'ha mai vista prima. Se riuscissimo a capire il perché, potremmo comprendere qualcosa riguardo a noi stessi e alla situazione in cui stiamo vivendo».

- «Non voglio parlare del passato. Parliamo solo del presente.(...)»* *La febbre dei musei*.

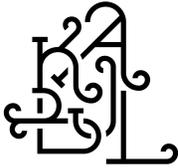
Attraverso due ambientazioni e tre differenti piani temporali Sokurov argomenta il rapporto tra Museo, Arte e Guerra, sottolineando la naturale inclinazione dell'uomo a salvaguardare il patrimonio che ha contribuito alla realizzazione del suo presente e la conseguente necessità di costituire un museo.

Mentre le immagini scorrono sullo schermo, la voce fuoricampo del regista pone delle domande

«Cosa saremmo senza l'Europa?», «Cosa sarebbe l'Europa senza la Francia?», «Chi vorrebbe una Francia senza Louvre?» – e dunque – «Cosa saremmo noi senza Musei?»*

Viene quindi da chiedersi con un certo rammarico cosa si stia realmente facendo in Italia per mostrare e tutelare i lavori che gli artisti della nostra generazione, del nostro Paese e non solo, stanno realizzando. È possibile storicizzare qualcosa che ancora non ha avuto il tempo di diventare storico? Il museo deve contribuire all'avanzamento della ricerca artistica o è chiamato solo a educare e tutelare? Cosa dobbiamo fare? Trovare una risposta è molto difficile perché come scrive Maria Vittoria Marini Clarelli, ex direttrice della GNAM «il museo è un luogo di conflitti latenti, nel quale si tenta di mantenere in equilibrio esigenze opposte: la conversazione a favore della generazione futura e la fruizione a favore di quella presente [...]. Il museo d'arte contemporanea accentua questi conflitti, perché, pur traendo origine, come ogni struttura museale, dalla separazione fra le cose della cultura e quelle della vita, si propone di agire sul presente, cioè di conservare ciò che è appena stato prodotto, di storicizzare ciò che non ha avuto ancora tempo di diventare storico, di informare prima ancor di poter spiegare, di essere al tempo stesso militante e istituzionale». (M. V. Marini Clarelli, *I dilemmi del museo d'arte contemporanea*, in S. Chiodi, *Le funzioni del museo*, Le Lettere, Firenze, 2009, p. 107.)

Dal 2009, in concomitanza della nascita del MAXXI, i musei in Italia sono stati oggetto di polemiche di diversa natura, a partire dal dibattito tra contenente/contenuto, all'inchiesta sul perché della proliferazione di così tante istituzioni,^[1] fino all'attuale corsa alla

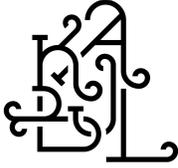


conquista di follower e like testimoniata dalla nascita di blog e iniziative web. Di conseguenza, partecipiamo a tutte queste #nome_convention dove, insieme a tanti spunti utili e interessanti, ci sentiamo dire da alcuni fanatici della 'sharing image' che in futuro artisti e curatori potranno essere facilmente sostituiti da un'app. Le collezioni saranno così continuamente rinnovate da immagini sempre diverse che, tramite un filtro, un selfie, o un'angolatura, diventeranno manifestazione dell'interpretazione del visitatore. Si tratterebbe dunque di una messa in mostra e una rilettura della collezione museale attraverso il proprio cellulare: una sorta di rivoluzione da parte degli 'utenti' del museo grazie all'utilizzo di uno strumento democratico come il social network. Questo, che naturalmente rappresenta un estremismo del fenomeno, è un effetto collaterale a seguito dell'acuirsi dell'attenzione per le diverse tipologie di pubblico, la stessa attenzione che ha permesso:

- la positiva «sveglia al museo», rendendolo più attento al presente, una volta aggiornato con nuovi e immediati mezzi di comunicazione;
- di parlare sempre più di «museo relazionale» – un termine che, seguendo la definizione riportata da S. Bodo nell'omonimo libro «intende restituire la natura complessa della realtà museale, che si compone di una fitta rete di relazioni interne – tra diverse funzioni e specializzazioni – ed esterne – tra il museo, il territorio, gli stakeholder e la società in senso lato» (S. Bodo, M. Demarie, *Introduzione: Perché il museo relazionale?*, in S. Bodo, *Il museo relazionale*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino 2003, p. XVI) ;
- di sviluppare varie modalità di fruizione del museo con conseguente nascita di dipartimenti educativi, la relativa bibliografia^[2]; la differenziazione dello staff interno, e la sua riorganizzazione.

In *Il museo relazionale* si parla della crisi del ruolo del curatore, all'interno di una nuova organizzazione orizzontale, e della sua ridefinizione in vista di un lavoro in team che ha come obiettivo principale l'adeguamento alle diverse tipologie di visitatori che si rapportano con il museo. Tuttavia, le precise funzioni e le frustrazioni del curatore di un'istituzione pubblica redatte da Lawrence Alloway nel 1975 per il numero di maggio di «Artforum», ma ancora attuali, sono ben specifiche e diversificate rispetto a quelle del restante team museale odierno:

1. il desiderio di andare d'accordo con l'artista/gli artisti;



2. la necessità di mantenere buoni rapporti con il dealer o i dealer principali dell'artista;
3. la necessità di mantenere soddisfatti i collezionisti;
4. le aspettative di gusto legate al direttore e ai fiduciari;
5. le aspettative di gusto legate alle altre figure appartenenti alla cerchia del curatore. (L. Alloway, *The great curatorial dim-out*, in R. Greenberg, B. Ferguson, S. Nairne, *Thinking about exhibitions*, Routledge, 1996, p. 224.)

Tutte le altre figure professionali che vanno a comporre la famiglia che si nasconde dietro ogni museo permettono sia di facilitare, sia di amplificare la riuscita del progetto-mostra. Dunque il lavoro del curatore e dell'artista, grazie a laboratori didattici, iniziative, e a un'efficiente strategia di comunicazione, fanno sì che non sia solo l'allestimento ad agevolare uno dei messaggi possibili delle opere esposte, ma anche il relazionarsi con i pubblici attraverso strumenti che né i curatori né gli artisti possiedono per poter permettere un percorso di apprendimento di maggior eco e su più livelli di lettura. Se questa 'complicità' viene a mancare, il museo relazionale fallisce perché male interpretato. Si rischierebbe di conseguenza o una chiusura da parte del personale scientifico o di arrivare a intendere il museo solo come un insieme di immagini svuotate di contenuto per i media. Il museo non può permettersi di diventare mero intrattenimento. È dunque necessario raggiungere un certo equilibrio, moderato dalla figura del curatore, tra questi due ruoli del museo in modo tale da continuare a sostenere la ricerca e la promozione. È importante che la comunicazione invogli e non sostituisca il momento della fruizione. Rendere le istituzioni artistiche mass media è un rischio, sia perché come ricorda Boris Groys media e istituzioni hanno due ruoli diversi seppur complementari – «I media ci mostrano solo l'immagine di quello che accade in tempo reale. Invece, le istituzioni artistiche sono luoghi per il controllo tra passato e presente (...)» (B. Groys, *Arte in guerra*, in *Art Power*, 2008, Postmediabooks, Milano, 2012, p. 146.) –, sia perché «Popular entertainment is basically propaganda for the status quo», come scriveva Richard Serra nel 1973 per il testo del suo corto [Television Delivers People](#).

Questo momento, che in molti vedono come di transizione per i musei del nostro Paese, è da sfruttare per far sì che venga rimesso tra gli obiettivi principali delle istituzioni artistiche una delle funzioni primarie del museo, che da sempre viene messa in elenco e che troppo spesso viene offuscata dalle altre: avere una propria identità dettata dal contesto in



cui l'istituzione si trova ad agire. La stessa proliferazione dei musei ci avrebbe meno annoiato e riempito di domande se ogni singola realtà avesse puntato sul rafforzamento dell'identità del luogo museale in relazione con il territorio.

Già nel 1972 Franco Russoli, ideatore della Grande Brera, appena nominato direttore della pinacoteca milanese, sulla rivista militante «[NAC](#)» così rispose alla domanda «se invece di essere chiamato a dirigere la Pinacoteca di Brera fosse il responsabile di un museo di arte moderna e contemporanea quale organizzazione darebbe?» posta dalla redazione:

«Questo è un problema che in termini generali, abbiamo discusso in varie sedi, anche internazionali. Ne abbiamo discusso a livello dell'[ICOM \[3\]](#) e ne abbiamo discusso a livello milanese. [...] Io non direi mai qual è il museo ideale. Non cristallizzerei in norme la struttura di un museo perché, secondo me, il museo è uno strumento che nasce da differenti situazioni di cultura e vive per particolari e diverse esigenze. Non deve diventare uno strumento di autoritarismo culturale, una specie di alienazione dalla vera cultura. Ci sono, naturalmente, certe norme tecniche che vanno rispettate – è chiaro che un museo deve rispondere a certi principi di funzionalità generale – ma deve anche avere una estrema flessibilità, non solo per quanto riguarda il patrimonio raccolto ma anche come utilizzazione di questo patrimonio secondo esigenze precipue del momento e dell'ambiente culturale in cui si trova» (*Intervista di Franco Russoli: Nuove strutture per i musei*, in «[NAC](#)», n. 7, giugno-luglio 1973, p. 2).

Più recente il parere di Gianfranco Maraniello, attuale direttore del Mart di Rovereto e fondatore dell'associazione AMACI, intervistato da Stefano Chiodi dopo essere stato nominato direttore del Mambo e dei musei civici bolognesi:

«Quando parliamo di qualcosa come 'il museo' corriamo il rischio di presupporre un'idealità che dimentica proprio il discorso critico. Le funzioni che assumono i musei variano rispetto al contesto di appartenenza, alle economie soggiacenti, alla convenzionalità e ai valori simbolici che ne determinano l'esistenza» (S. Chiodi, *Il Museo all'opera: Una conversazione con Gianfranco Maraniello*, in *Le funzioni del museo*, op. cit., p. 200).

Angela Vettese, intervistata da Chiara Bertola, sottolinea l'importanza di ufficializzare l'identità di ogni museo in rapporto al suo territorio poiché, seguendo anche una strategia politica, si potrebbe con maggiore facilità avviare relazioni sicuramente necessarie per



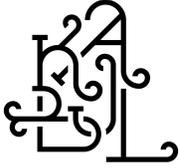
un'istituzione di arte contemporanea:

«Il Mart non sarebbe nato senza la memoria, a Rovereto, di Fortunato Depero. Il Castello di Rivoli non avrebbe avuto spinta morale se a Torino non fosse nata l'arte povera. Il rapporto con il territorio è fondamentale per chiunque voglia fare un'attività di carattere globale: è dal radicamento appunto nel luogo che nascono le opportunità di interagire con il pubblico, incluso il gruppo dei politici responsabili dei finanziamenti» (*Intervista via e-mail ad Angela Vettese, 2006, in C. Bertola, Curare l'arte, Electa, Milano, p. 295*).

Sono comunque molti casi che fanno ben sperare. Di seguito solo alcuni esempi limitati alla promozione della produzione degli artisti italiani da parte di musei e istituzioni pubbliche:

- il bando *Call for curators* promosso dal Mart di Rovereto che ha permesso di realizzare un progetto che potesse mettere a confronto artisti più e meno riconosciuti dal sistema artistico;
- il progetto [*HPSCHD 1969>2015*](#), ospitato nella grande Sala delle Ciminiere del MAMbo in occasione della settimana della Live Arts Week 2015, con l'intento di rappresentare l'omonima opera totale di John Cage e Lejaren Hiller offrendo uno spaccato sulla ricerca audiovisiva nazionale e internazionale di oggi;
- la rassegna video *Glitch* al PAC di Milano, dove numerosi artisti italiani di diversa generazione hanno potuto mostrare i propri lavori prima a Milano e poi a Shanghai;
- il Museo Marino Marini di Firenze che ha ospitato alcuni appuntamenti di SONIC SOMATIC, un progetto di Trial Version e International Feel in collaborazione con Blauer Hase e Giulia Morucchio, in occasione della quarta edizione di *Helicotrema. Festival dell'audio registrato*;
- il MACRO con le sue residenze d'artista con cui ha portato avanti la volontà di essere visto come un museo-laboratorio, un luogo di produzione oltre che un centro di promozione e diffusione culturale.

Questo elenco dimostra una doverosa premura, seppur sporadica, per la promozione della nuova generazione. L'elenco segnala inoltre una predilezione nei confronti di chi lavora con il suono, la performance e le immagini in movimento, che porta all'inevitabile discriminazione di un grandissimo numero di artisti. Tuttavia, il problema che si riscontra è che insieme alla riorganizzazione orizzontale dei musei – considerando cioè ogni ruolo/competenza ugualmente indispensabile alla riuscita della programmazione



del museo, pur riconoscendo indispensabile il mantenimento di una gerarchia a livello gestionale – sarebbe necessario mettere tra ‘gli ordini del giorno’ una revisione della scala dei valori delle istituzioni. Si nota che le programmazioni prediligono artisti già rappresentati da prestigiose gallerie per conquistarsi la fiducia delle riviste, del pubblico di settore e di una buona cerchia di collezionisti che frequenta il museo; si fanno ‘mostre-evento’ con grandi nomi e si aderisce a iniziative social per conquistarsi la stampa, i pubblici non di settore e staccare più biglietti possibili. Ma quando è che vengono ideate mostre per dare spazio anche ad artisti ancora non pienamente inseriti nel sistema senza che questi finiscano in progetti di serie B con un budget irrisorio, se non nullo, e senza essere presi troppo in considerazione dal responsabile della comunicazione? Forse il problema maggiore è che in pochi si sentono realmente in dovere di addossarsi questa responsabilità, preferendo delegare il giudizio, o sperimentare solo con mostre curatorially autoreferenziali, così da non correre rischi. A sostegno di questi giudizi sono stati pubblicati gli [atti del Forum dell’arte contemporanea italiana](#) promosso dal Centro per l’Arte Contemporanea Luigi Pecci, in cui si trova una proposta particolarmente significativa nata dalla discussione del tavolo moderato da Luigia Lonardelli che affrontava il tema «Quantità di pubblico vs qualità della proposta» in ambito museale:

«Coniugare ricerca di alto livello e divulgazione di alto livello, nel nome della qualità progettuale e del display e degli strumenti informativi senza cedere da una parte alla tentazione del mainstream e del blockbuster ad ogni costo, dall’altra a quella della nicchia e dell’autoreferenzialità, per creare quella ‘fiducia’ del pubblico che consenta di portarlo in territori nuovi e non ovvi senza però disorientarlo con proposte troppo respingenti e poco leggibili. Senza rinunciare, quindi, a priori alle grandi mostre, creare un palinsesto che le alterni con progetti meno altisonanti costruendo una relazione di reciprocità tra aspettativa e proposta» (AA. VV., *Atti del Forum dell’arte contemporanea italiana 2015 25-26-27 settembre*, Prato, 15 aprile 2016, p. 22).

Pensando poi che le no profit, spazi dichiaratamente dedicati a sostenere nuovi ambiti di studio delle arti visive e non, guardano sempre più frequentemente a una sola e ristretta cerchia di artisti, sembra che non ci possa essere troppa speranza. Ciò infatti comporta l’impossibilità di realizzare concretamente qualcosa di nuovo, rappresentativo dei nostri giorni. È dunque necessario che le istituzioni:



- instaurino un dialogo con il pubblico in formazione, attraverso l'aiuto di un dipartimento educativo che collabori in stretto contatto con il dipartimento curatoriale, e una programmazione adatta a un vasto pubblico;
 - siano conosciute e riconosciute dal sistema artistico esponendo e producendo mostre di artisti internazionali rappresentati da importanti gallerie con cui fare network;
 - sostengano la produzione di giovani artisti italiani dedicando loro un programma pensato, in modo tale che non si arresti questo continuo cammino di ricerca.
- Altrimenti a che cosa guarderanno le generazioni future?

* A. Sokurov, *Francofonia*, 2015.

SITOGRAFIA

U. De Giovannangeli, *Isis, la "mattanza archeologica" e culturale*, «L'Huffington Post», 12 aprile 2015.

S. Bodo, *Il museo relazionale*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, 2003, p. XVI.

J. Berger, *Ways of Seeing*, Episode 1 (1972), BBC television series.

AA. VV, *Atti del Forum dell'arte contemporanea italiana 2015 25-26-27 settembre*, Prato, 15 aprile 2016.

R. Serra, *Television delivers people*, 1973.

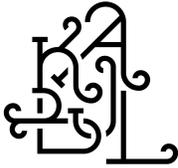
BIBLIOGRAFIA

S. Chiodi, *Le funzioni del museo. Arte, museo, pubblico nella contemporaneità*, Le Lettere, Firenze 2009.

R. Greenberg, B. Ferguson, S. Nairne, *Thinking about exhibitions*, Routledge, 1996.

B. Groys, *Arte in guerra*, in *Art Power* (2008), Postmediabooks, Milano 2012.

S. A., *Intervista di Franco Russoli: Nuove strutture per i musei*, in «NAC», n. 7, giugno-luglio 1973.

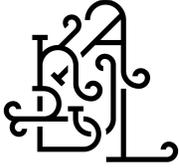


NOTE

[1] Cfr. A. Polveroni, *Lo Sboom: il decennio dell'arte pazza tra bolla finanziaria e flop concettuale*, Silvana editoriale, Milano, 2009.

[2] Cfr. [K. Gibbs, M. Sani, J. Thompson, Musei e apprendimento lungo tutto l'arco della vita. Un manuale europeo](#), EDISAI srl, Ferrara, 2003.

[3] La prossima assemblea plenaria dell'ICOM (International Council of Museums), dopo Shanghai (2010) e Rio de Janeiro (2013) si riunirà dal 3 al 9 luglio a Milano, il [programma](#) è consultabile online.



ESSAYS, JUNE 14 2016

- «Ghost, tell me what to expect» *

«What would we be without museums?» From the vision of Francofonia to the role of contemporary art museums in Italy. Are institutions doing something to promote the work of our generation?

AUTHOR: Carolina Gestri

The Louvre set up today, inhabited by the ghosts of Napoleon and Marianne.
The Louvre empty, at the time of the Nazi siege.

A cargo ship faces the storm to carry the crates of numerous works of art to an unidentified museum. The captain of the cargo, regretting having accepted the assignment for bad weather conditions, sends constant updates to the film director [Aleksandr Sokurov](#), back from Paris where he has finished to shoot the movie.

«Tossing art on the Ocean is inhuman». * The reflections generated by the movie are not so different from the sensations caused by the images of the destruction of the archaeological site of Nineveh and Nimrud that the [Huffington Post](#) has defined as a «cultural genocide 'by' those who challenge the feelings of humanity». While Francofonia is screened at the movie theater, the reality of the recent months is broadcasted from our TVs. The reason why Sokurov had the need to use the Louvre as a way of translating our daily fears and raise awareness is explained by [John Berger](#) in the 70s: if we isolate the following text from the script of the BBC TV show, we may well believe that these words come from an interview given by Sokurov itself.

«Tonight it isn't so much the paintings themselves which I want to consider, as the way we now see them [paintings of the European tradition which was born about 1400, died about



1900]. Now, in the second half of the 20th century, because we see these painting as nobody saw them before. If we discover why this is so, we shall also discover something about ourselves and the situation in which we are living».

- «I do not want to talk about the past. We will speak only about the present. (...)» * *The museum fever.*

Using two locations and three different time layers Sokurov argues about the relationship between Museum, Art and War, emphasizing the human behavior to spontaneously protect the assets which contributed to the realization of their present and the consequent need of protect them by building a museum.

While the moving images are running on the screen the director's voiceover asks questions:

«What would we be without Europe?», «What would Europe be without France?», «Who would want a France without the Louvre?» - and thus - «What would we be without museums?» *

It is therefore with some regret that we wonder about what we are really doing in Italy to show and protect the works of the artists of our generation. Can anything new become historic? Is it possible even if that still had not had time? Should a museum contribute to the evolution of artistic research or is it just called to educate and protect? What do we have to do? Finding an answer is very difficult. As Maria Vittoria Marini Clarelli, GNAM past director, writes «the museum is a place of latent conflicts, where we try to maintain balance between conflicting requirements: keeping the dialogue for the benefit of the future generation and the fruition in favor of that present [...]. The museum of contemporary art accentuates these conflicts, because was born from the separation between things of culture and those of life, as every kind of museums. The difference is that contemporary art museums has also the complex mission to preserve what has just been produced, to historicize what he had not yet time to become historical, to inform before they can even explain, to be both militant and institutional» (M.V. Marini Clarelli, *I dilemmi del museo d'arte contemporanea*, in S. Chiodi, *Le funzioni del museo*, Le Lettere, Florence, 2009, p. 107.)

Since 2009, the year MAXXI opened, museums in Italy have been the subject of italian controversy, like the debate between container/content, the proliferation of numerous

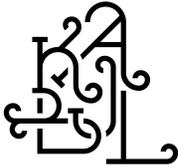


institutions [1], and the current race to conquer followers and likes. As a result, we now participate to all these #name_convention where, together with useful ideas and interesting communication tips, we hear from some fanatics of "the sharing images" that in the future artists and curators will be replaced by apps. According to this, collections will thus continuously be renewed by ever changing images that, through a filter, a selfie, or an angle, will become the product of the visitors interpretation. Displayed through our mobile phone, it would be a sort of 'users revolution' through a democratic instrument such as the social network. This is of course an extremism, a side effect created by the raising attention to different audiences, the same attention that allowed:

- the successful "Wake up Museum", making it more sensible to the present, once updated with new and immediate means of communication;
- to speak more and more of "relational museum" - a term which, according to the definition given by S. Bodo in his book, «intends to return to the complex nature of the museum reality, which is composed of a dense network of internal relationships - between different functions and specializations - and external - between the museum, the territory, the stakeholders and society at large» (S. Bodo, M. Demarie, *Introduzione: Perché il museo relazionale?*, in S. Bodo, *Il museo relazionale*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, 2003, p. XVI);
- to develop new ways to fruition the museum, given by the birth of educational departments, a relative bibliography [2], an internal staff differentiation, and its reorganization.

In 'Relational museum' we read about the crisis of the curatorial role and the changes needed for a team work which have as a main objective the attention to different types of visitors who are related with the museum. However, his precise and still relevant functions and, at the same time, his frustrations in public institutions, still current even if described by Lawrence Alloway in 1975 for the May issue of «Artforum», are very specific and different from those of the remaining museum team members:

1. desire to get along with the artist / artists;
2. the necessity to keep good relation with the artist's main dealer or dealers;
3. the necessity of maintaining collector contentment;
4. taste expectations emanating from to the trustees and director;



5. taste expectations of other members of curator's peer group (L. Alloway, *The great curatorial dim-out*, in R. Greenberg, B. Ferguson, S. Nairne, *Thinking about exhibitions*, Routledge, 1996, p. 224).

All other professionals that are part of the family behind each museum allow both to facilitate and to amplify the success of the exhibition project. Therefore the work of the curator and the artist, thanks to educational workshops, initiatives, and efficient communication strategy, guarantees that the exhibition makes visible not only one of the possible messages of the art works, but also its relationship with public through tools that neither the curators nor the artists have to create a learning path with multiple levels of interpretation. If this 'complicity' fails, the Relational museum fails as well being misinterpreted. The consequence for the museum is either to get closed by the scientific committee or to be judged by the media only as a set of images emptied from their content. The museum cannot become mere entertainment and therefore it is necessary to reach a certain balance, moderated by the curator, between these two roles so that it can continue to support research and promotion. The communication cannot replace the fruition time, it is only the way to gather the public. Thinking about an institution as a mass media is a risk, first because, as noted by Boris Groys, media and institutions have two different though complementary roles - «The media show us only the image of what is happening in real time. Instead, the artistic institutions are places for control between past and present [...]» (B. Groys, *Arte in guerra*, in *Art Power*, 2008, Postmediabooks, Milan 2012, p. 146.) - and because «Popular entertainment is basically propaganda for the status quo», as written by Richard Serra in 1973 for his video [Television Delivers People](#).

This period, which many see as a time of transition for Italian museums, needs to be used to ensure that we put back, among the main objectives of artistic institutions, one of their primary functions, too often obscured by others: have their own identity defined by the context in which they act. This proliferation of museums would have been less boring and fulfilled with questions if each individual institution had been focusing on strengthening the identity of their site in connection with the territory.

In 1972 Franco Russoli, creator of the Great Brera, just nominated new director of the Pinacoteca in Milan, replied on the «NAC» militant magazine to this question asked by the editorial staff: «if instead of being appointed director of the Pinacoteca di Brera you

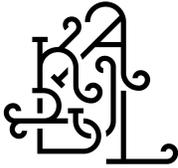


were the manager of a museum of contemporary art, what kind of organization would you have established in it?».

«This is a problem that, in general terms, we have discussed during different occasions, including international ones. We discussed it at the level of [ICOM \[3\]](#) and we have discussed about the Milan area. [...] I would never say what is the ideal museum. I think that we should not freeze in fixed standards the museums structure because, in my opinion, the museum is a tool that comes from different cultural situations and lives for different and specific needs. It should not become an instrument of cultural authoritarianism, a kind of alienation from the real culture. There are, of course, certain technical standards that we must follow – it is clear that a museum has to meet certain principles of general features – but must also have a high flexibility, not only as regards to the heritage that has been collected but also as utilization of the heritage according to specific necessities of the cultural moment and the environment in which it resides» (*Intervista di Franco Russoli: Nuove strutture per i musei*, in «NAC», n. 7, June-July, 1973, p. 2).

Most recently Gianfranco Maraniello, currently director of the Mart in Rovereto and founder of AMACI, interviewed by Stefano Chiodi after being named director of Mambo and Bologna civic museums, said that «When we talk about something as a 'museum' we run the risk of discussing idealization and forgetting the precise critical subject. The functions taken by the museum vary with respect to its environment, the underlying economies, the conventionality and symbolic values that determine its existence» (S. Chiodi, *Il Museo all'opera: Una conversazione con Gianfranco Maraniello*, in *Le funzioni del museo*, op. Cit. p. 200).

Angela Vettese, interviewed by Chiara Bertola, stresses the importance of formalizing the identity of each museum in relation to its territory because, with a political strategy, it could more easily launch relations that are extremely important for an institution of contemporary art: «Mart would not be born in Rovereto without the legacy of Fortunato Depero. The Castle of Rivoli would not be born if not close to the context of Arte Povera in Turin. The relationship with the territory is essential for anyone who wants to do an global activity: it is rooted precisely in the place from which arise the opportunity to interact with the public, including the politicians responsible for funding the group» (*Intervista via e-mail ad Angela Vettese*, 2006, in C. Bertola, *Curare l'arte*, Electa, Milan, p. 295.).

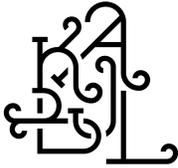


There are still many cases that bode well. Here just a few examples from museums and public institutions, promoting production of Italian artists:

- *Call for curators*, promoted by Mart in Rovereto. It realized a project comparing more famous with less recognized artists;
- [*HPSCHD 1969>2015*](#), hosted in the Sala delle Ciminiere of Mambo during Live Arts Week 2015, with the intent of representing the entire of the same name work of John Cage and Hiller Lejaren, offering an insight on today national and international audio-visual art research;
- *Glitch video group show* at PAC in Milan, where many different generation of Italian artists have shown their works first in Milan and then in Shanghai;
- Marino Marini Museum in Florence hosted events such as *SONIC SOMATIC*, a project by Trial Version and Internation Feel in collaboration with Blauer Hase and Giulia Morucchio, during the fourth edition of *Helicotrema. Festival dell'audio registrato*;
- *MACRO*, with its residency program for artists, carried out the willingness to be seen as a «workshop museum», a place of production, promotion, and cultural diffusion.

This list shows a due diligence, albeit sporadic, for the growth of the new generation, even if institutions are still too much pushing who work with sound, performance and moving images, inevitably discriminating a large number of artists.

However, together with the horizontal reorganization of museums we need to put in the 'to do list' a revision of the scale of values of the institutions. They still prefer for their exhibitions artists already represented by prestigious galleries in order to gain the trust of international art magazines, the public, and a good number of collectors who attend these events. There is the trend to make 'exhibitions-event' with famous artists and to participate to social initiatives with the goal of gaining the attention of the press and selling a huge amount of tickets. When do exhibitions give space to new artists that are not still part of the art system? Do they have to end up in lower category projects with a paltry budget, or even o budget, forgotten by the communication teams? Perhaps the biggest problem is that only few really feel this responsibility on their shoulders, and a lot prefer either to delegate the judgment to others, or to do self-referential exhibitions never trying something new. In support of these thoughts, during the [*Italian Contemporary Art Forum*](#) promoted by Centro per l'Arte Contemporanea Luigi Pecci, there is a very significant



proposal coming from the discussion of the table moderated by Luigia Lonardelli, which addressed the theme «Public Quantity vs quality of the proposal» in the museum context: «Combining high-level research and high-level disclosure, in the name of quality and design of the display and information tools without yielding to the one hand to the temptation of the mainstream and the blockbuster at any cost, on the other to the niche and 'self-referentiality', to create the "trust" that allows to take the public into new territories, without disorient him with proposals that are difficult to read. Without eliminating a priori large exhibitions, create a program that alternate them with less high-sounding projects by building a relationship of reciprocity between expectation and proposed» (AA. VV., *Atti del Forum dell'arte contemporanea italiana 2015 25-26-27 settembre*, Prato, 15 aprile 2016, p. 22).

If we think that in Italy we are surrounded by non profit spaces, per definition dedicated to support new fields of study of the visual arts, that do not do any research and just look more frequently to the same small group of artists, their friends, we are left with no hope. This fact makes impossible to actually implement something new, representative of our day. At the end, institutions need to:

- create dialogue with the public, thank to educational departments with a program that can gather a lot of people;
- be known and recognized by showing and producing exhibitions of international artists to create a network with important and famous galleries;
- support the production of young artists, so that we do not stop this continuous journey.

If not, what are future generations going to enjoy?

* A. Sokurov, *Francofonia*, 2015.

SITOGRAHY

[AA. VV, Atti del Forum dell'arte contemporanea italiana 2015 25-26-27 settembre, Prato, 15 April 2016.](#)

[J. Berger, *Ways of Seeing*, Episode 1 \(1972\), BBC television series.](#)

[S. Bodo, *Il museo relazionale*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Turin, 2003, p. XVI.](#)



U. De Giovannangeli, *Isis, la "mattanza archeologica" e culturale*, «L'Huffington Post», April 12 2015.

R. Serra, *Television delivers people*, 1973.

BIBLIOGRAPHY

S. Chiodi, *Le funzioni del museo. Arte, museo, pubblico nella contemporaneità*, Le Lettere, Florence, 2009.

R. Greenberg, B. Ferguson, S. Nairne, *Thinking about exhibitions*, Routledge, 1996.

B. Groys, *Arte in guerra*, in *Art Power* (2008), Postmediabooks, Milan, 2012.

S. A., *Intervista di Franco Russoli: Nuove strutture per i musei*, in «NAC», n. 7, June-July, 1973.

NOTES

[1] Cfr. A. Polveroni, *Lo Sboom: il decennio dell'arte pazza tra bolla finanziaria e flop concettuale*, Silvana editoriale, Milan, 2009.

[2] Cfr. [K. Gibbs, M. Sani, J. Thompson, *Musei e apprendimento lungo tutto l'arco della vita. Un manuale europeo*, EDISAI srl, Ferrara, 2003.](#)

[3] The next ICOM (International Council of Museums) plenary session, after the Shanghai (2010) and Rio de Janeiro (2013), will take place in Milan (3-9 June 2016). It is possible to read the [programme](#) online.