

Riprogettare lo spazio del museo ai tempi della pandemia: un'analisi semiotica¹

Monica Barni, Orlando Paris

Abstract. Far from being neutral containers, museums have the function to exhibit the tangible and intangible heritage of humanity (ICOM, 2019) in a rational order and within a regulated framework of complex symbolic apparatus: totems or explanatory panels, illustrations, and signs. Covid-19 has acted as magnifying glass on the role, structure and function of museums: they were forced to cope with the sudden closures and to react radically rethinking themselves, their spaces and visitor experience. It is precisely these strategies that we have focused on in this article. How have healthcare emergency signage and protocols contributed to redefining museum spaces? How has the symbolic apparatus of the museum changed? How has viewer experience changed? Can these changes represent a stimulus for a more general reflection on museum function in service of society even after the pandemic? This paper endeavours to answer these questions by combining the methodological tools of linguistic landscape with those of sociosemiotics and visual and spatial semiotics

1. Introduzione

Il museo, secondo la definizione che ne dà l'ICOM, è “un’istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società, e del suo sviluppo, aperta al pubblico, che effettua ricerche sulle testimonianze materiali ed immateriali dell’uomo e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, e le comunica e specificatamente le espone per scopi di studio, educazione e diletto” (www.icom-italia.org/definizione-di-museo-di-icom/). Questa definizione di museo è stata elaborata nel 2007 nell’ambito dell’Assemblea Generale di ICOM e in questo momento è sottoposta a un processo di modifica, non privo di problemi e polemiche, che ha la finalità di evidenziare maggiormente il ruolo sociale di questa istituzione e incentivare la democratizzazione dell’offerta culturale. Il museo, quindi, non è più solamente luogo di conservazione e contemplazione estetica per pochi, ma sempre più spazio di comunità, di ricerca, di educazione, di apertura alla società (Garlandini 2022). In questo lavoro siamo partiti proprio da questa nozione di museo, con l’obiettivo di compiere un’analisi semiotica: ci siamo soffermati quindi sul museo come uno *spazio* in cui si manifesta una complessa dinamica di significazione (Zunzunegui 2011; Pezzini 2011). Il museo come spazio espositivo, infatti, lungi dall’essere un contenitore neutro, offre sempre una specifica modalità di fruizione delle opere d’arte, le quali sono esposte dentro un determinato *spazio fisico*, secondo un *ordine significante* e regolate da un complesso *apparato simbolico* (totem, pannelli esplicativi, illustrazioni, segnaletica, guide illustrate...). Un ambiente fortemente sincretico ed eterogeneo che può essere analizzato come una testualità poiché le sue componenti concorrono a formulare “un messaggio comune la cui unità si costituisce al livello del senso” (Pezzini 2011, p. 23). In particolare, ci soffermeremo ad analizzare le risposte date dalle istituzioni museali italiane a un evento esterno, la pandemia da Covid-19. Proprio la pandemia ha costretto, infatti, i sistemi museali a ripensare in

¹ L’articolo è stato discusso, pensato e realizzato congiuntamente dai due autori. Nello specifico, sono di Monica Barni i paragrafi 2 e 4; di Orlando Paris è il paragrafo 3; l’introduzione e le conclusioni sono opera di entrambi.

profondità sé stessi, i propri spazi e le dinamiche fruibili proposte (NEMO 2021). Su queste strategie ci concentreremo nelle pagine che seguono e lo faremo cercando di rispondere ad alcune domande di ricerca: con quali strategie i musei italiani hanno risposto all'emergenza pandemica? In che modo la segnaletica e le regole dovute all'emergenza sanitaria hanno contribuito a ridefinire gli spazi museali? In che modo hanno cambiato la fruizione delle opere d'arte? Questi cambiamenti possono rappresentare uno stimolo per una più generale riflessione sulla fruizione museale anche per il dopo pandemia? Per rispondere a queste domande ci avvarremo dei primi risultati di una ricerca di natura quantitativa e qualitativa che abbiamo condotto per un verso con strumenti metodologici di matrice semiotica (Pezzini 2011; Zunzunegui 2011; Hammad 2006; Lotman 1985), per l'altro con le metodologie del "linguistic and semiotics landscape approach" (Landry, Bourhis, 1997; Kress, Van Leeuwen 2001; Scollon, Scollon 2003; Shohamy, Gorter 2009; Adami *et al.* 2020).

2. Metodologia di raccolta e analisi del corpus

Il corpus di riferimento di questo lavoro è stato costruito nel primo anno di diffusione della pandemia da Covid-19 in Italia (marzo 2020-marzo 2021), attraverso tre diversi metodi di raccolta dati. Come primo passo abbiamo realizzato l'analisi e la mappatura delle azioni intraprese dai musei italiani, operazione condotta mediante l'analisi di riviste di settore – online e cartacee – che hanno riportato – alcune con cadenza quotidiana – le notizie aggiornate sulle attività messe in atto durante le varie fasi della pandemia: sono stati analizzati i resoconti, le notizie e gli articoli pubblicati nel lasso temporale preso in esame². Questo lavoro ci ha permesso di avere una visione d'insieme delle azioni intraprese dai musei italiani e quindi di selezionare dieci istituzioni: Galleria degli Uffizi, Museo Galileo Galilei, Palazzo Strozzi (Firenze), Palazzo Blu (Pisa), Scuderie del Quirinale (Roma), Museo Archeologico (Napoli), Santa Maria della Scala e Museo Civico (Siena), Museo Egizio (Torino), Museo Nazionale del Cinema (Torino). La selezione (che non può e non vuole essere rappresentativa di tutto il sistema museale italiano, ma solo esemplificativa delle soluzioni adottate) è stata effettuata in modo da ottenere un corpus in cui fossero rappresentate le diverse tipologie dell'offerta museale italiana: dai musei in cui sono esposte collezioni permanenti, agli spazi espositivi temporanei; dalle istituzioni pubbliche a quelle private, ubicate in varie parti della penisola. Di queste istituzioni sono stati analizzati i siti web e i canali social. A queste due prime fasi, sono seguite le visite di otto spazi museali con raccolta di materiale fotografico: Galleria degli Uffizi, Museo Galileo Galilei e Palazzo Strozzi (Firenze), Palazzo Blu (Pisa), Scuderie del Quirinale (Roma), Museo Archeologico (Napoli), Santa Maria della Scala e Museo Civico (Siena).

Se attraverso il primo metodo di raccolta dati, realizzato grazie al supporto delle riviste di settore, si è condotto uno studio di natura primariamente quantitativa, finalizzato a individuare e classificare le diverse proposte di fruizione che i musei italiani hanno elaborato per rispondere ai vincoli imposti dalla pandemia e quindi realizzarne una mappatura, con i dati raccolti attraverso la lettura dei siti web e le visite degli spazi museali l'obiettivo è stato, invece, quello di analizzare la dimensione qualitativa delle strategie adottate, mettendo in luce gli specifici cambiamenti nelle dinamiche di fruizione delle opere d'arte e quindi nei panorami semiotici museali.

Le prime analisi effettuate ci hanno permesso di classificare le diverse modalità con cui i musei hanno risposto all'emergenza Covid-19, distinguendone tre tipologie:

1. *Una risposta burocratica*: è una risposta caratterizzata dalla regolamentazione degli ingressi e dall'aggiunta della segnaletica del Covid-19 (sia verticale che orizzontale) al percorso espositivo;

² Sono state analizzate le seguenti riviste di settore: "Artribune", "Il giornale dell'Arte", "Artedossier", "Segno" e "Arte".

2. *Una risposta digitale*: una risposta fondata su un'offerta digitale che prescinde dal museo come spazio fisico (tour digitali, approfondimenti video, webinar eccetera)³;

3. *Una risposta attraverso la produzione artistica*: una risposta che prevede l'esposizione e la fruizione delle opere d'arte al di fuori del tradizionale spazio museale, all'aperto, negli spazi pubblici. In questi casi, le opere d'arte hanno invaso strade, piazze, facciate di edifici e sono diventate parte del paesaggio semiotico urbano.

A queste si aggiunge una *non-risposta*: quella che è stata data dall'8% dei musei italiani, che ha chiuso per l'intero periodo della pandemia. In base alla rilevazione del *Network of European Museums* (NEMO, 2021) il 70% dei musei in Europa ha chiuso senza dare indicazioni sulla possibile riapertura. In Italia, in base ai dati ISTAT (2022), la percentuale delle strutture museali che come risposta alla pandemia hanno semplicemente interrotto le loro attività – in alcuni casi solo nella fase della “chiusura obbligatoria”, in altri anche nella fase di “apertura con protocolli di sicurezza” – è molto più bassa. In Italia ci sono ben 4.265 musei, di questi – durante il periodo pandemico – quasi tutti (il 92%) sono riusciti a garantire servizi e attività, riaprendo gli spazi espositivi ai visitatori quando consentito: “oltre la metà (56,7%) è rimasta aperta al pubblico per più di cinque mesi nell'anno, il 28,1% da tre a cinque mesi mentre il 15,2% ha assicurato l'accesso fisico ai visitatori soltanto per due mesi. I musei delle regioni del Centro (61,1%) e i musei dei grandi centri urbani (63,2%) e delle città metropolitane (59%) sono riusciti più di altri a garantire un'apertura prolungata delle strutture (più di cinque mesi)” (ISTAT 2022, p.3). Questa classificazione non va però considerata in modo statico, principalmente per due ragioni: la prima ragione è che, pur essendoci musei che hanno elaborato un'unica risposta, non mancano le risposte miste, ci sono ad esempio musei che hanno combinato la *risposta burocratica* con la *risposta digitale*, altri la *risposta attraverso la produzione artistica* con la *risposta digitale*. La seconda ragione è che il modello va considerato anche dal punto di vista diacronico: in altre parole durante il periodo di chiusura obbligatoria (dal marzo al maggio 2020) le uniche risposte osservate sono state la *non-risposta* e la *risposta digitale* (le uniche possibili), mentre nel periodo di apertura con protocolli di sicurezza sono state osservate tutte e quattro le tipologie di risposta (Figura 1).



Fig. 1 – Distribuzione cronologica delle diverse tipologie di “risposta”.

³ Anche da recenti rilevazioni (ISTAT 2022) emerge che le attività digitali d'informazione e comunicazione online con il pubblico hanno coinvolto un numero più ampio di strutture rispetto agli anni precedenti la pandemia. Nel 2020 il 46,1% dei musei ha incrementato o avviato iniziative di informazioni tramite piattaforme web dedicate, il 39,1% ha realizzato presentazioni in streaming delle proprie collezioni o proposto video interviste con esperti del settore. Tre musei su 10 (il 30%) hanno realizzato tour e visite virtuali della struttura museale.

3. Spazi, percorsi e sguardi: la fruizione dell'arte ai tempi del Covid-19

Ognuna di queste risposte prodotte dalle istituzioni museali ha generato specifici cambiamenti nei panorami semiotici dei musei e nelle dinamiche di fruizione delle opere d'arte. Per analizzare e comprendere questi cambiamenti abbiamo considerato il museo come una testualità: “Uno spazio fisico organizzato in cui si esprime l'azione enunciativa di un soggetto collettivo implicito” (Zunzunegui 2011). A tal proposito sono interessanti le parole di Pezzini (2011):

[...] Se si accetta l'idea che il museo sia uno spazio in cui si esprime una significazione, si tratta di comprenderne i modi, e dunque come funziona il museo in quanto oggetto prodotto dalla congiunzione almeno di uno spazio architettonico, una collezione di opere e una proposta di visione. Il museo, infatti, è un luogo che include lo spettatore nel suo progetto, regolando al suo interno i suoi comportamenti di fruizione: come si attuano queste manipolazioni? (Pezzini 2011, p.117).

Partendo da questa impostazione teorica, per ogni tipologia di risposta ci siamo soffermati su alcuni elementi significanti decisivi nella costruzione della proposta di fruizione artistica: nello specifico sui modi con cui è stata ripensata la “dimensione spaziale” del museo, sia fisica che virtuale, di conseguenza sulla tipologia di percorso proposto (l'insieme della dimensione spaziale/architettonica, disposizione delle opere e apparato simbolico di accompagnamento), e infine sulla “tipologia di sguardo” che viene previsto. Ognuna delle risposte sopra elencate ha ridefinito, in modo diverso, questi “strati significanti” (spazio, percorso e tipologia sguardo) in relazione ai vincoli dovuti alla pandemia, proponendo di fatto specifiche proposte di fruizione dell'opera d'arte.

Nei casi della *non risposta* lo spazio e il percorso museale vengono negati e la fruizione delle opere d'arte viene letteralmente interrotta.

3.1. Risposta burocratica

Ci sono musei che hanno dato una risposta semplicemente applicando i protocolli di sicurezza previsti dalla normativa allo spazio museale: in questi casi sono stati regolamentati gli ingressi ed è stata aggiunta una segnaletica verticale e orizzontale al percorso espositivo. Abbiamo chiamato *burocratica* questa tipologia di risposta che si sviluppa nella fase della “riapertura con protocolli di sicurezza”. Come vedremo l'aggiunta della segnaletica, che analizzeremo nelle prossime pagine, vincola la fruizione artistica a uno spazio e a un percorso fortemente formalizzati, in cui è regolato e previsto anche il punto di osservazione da avere di fronte all'opera.

I musei che hanno riaperto i loro spazi fisici e le loro collezioni permanenti nella fase post lockdown (da maggio 2020) hanno dato, naturalmente, questa tipologia di risposta. Nelle prossime righe ci soffermeremo sulla Galleria degli Uffizi, da noi visitata e analizzata in due diversi momenti: maggio 2020 e febbraio 2021. Gli ingressi al museo sono regolamentati e nella prima riapertura post lockdown (maggio 2020) sono regolamentati anche gli ingressi alle singole sale espositive; inoltre, sia nel periodo di maggio 2020 che nel periodo di febbraio 2021, si trova la stessa segnaletica legata al Covid-19, verticale e orizzontale.

La segnaletica verticale è composta da dispositivi, come schermi, totem e cartelli che riportano diverse indicazioni: l'obbligo del distanziamento, il controllo della temperatura corporea, il divieto di assembramenti, l'obbligo di indossare la mascherina e di igienizzare le mani. È stata apposta, inoltre, anche una segnaletica direzionale: delle frecce che hanno la funzione di sottolineare il percorso espositivo e vincolare la direzione da seguire.



Fig. 2 – Esempi di segnaletica verticale, Galleria degli Uffizi.

A questa segnaletica verticale viene affiancata una specifica segnaletica orizzontale costituita da: carreggiate che indicano il percorso e la direzione da seguire, realizzate attraverso strisce nere verticali sul pavimento (presenti solamente nella visita – analisi di maggio 2020, assente in quella di aprile 2021); strisce nere orizzontali che indicano dei confini da non valicare e poste all’ingresso delle sale che si possono osservare dall’esterno, ma in cui non è concesso entrare (sempre per ragioni di sicurezza sanitaria); cerchi neri a terra di fronte alle opere d’arte che indicano la posizione da avere per osservare l’opera e allo stesso tempo garantire la sicurezza sanitaria (Figura 3).

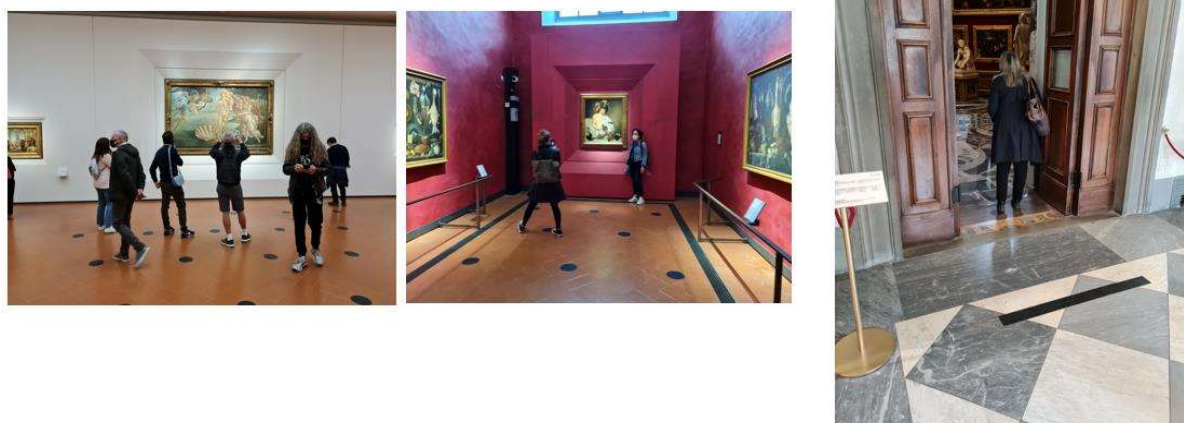


Fig. 3 – Alcuni esempi di segnaletica orizzontale, Galleria degli Uffizi.

Questa segnaletica interviene su una proposta di fruizione che è già strutturata, in cui il percorso del visitatore è scandito dai passaggi da una sala all’altra e, all’interno di ogni sala secondo un principio di coerenza, da un’opera all’altra. In questo quadro, l’aggiunta del nuovo apparato simbolico rappresenta una chiara prescrizione che modalizza lo spettatore secondo un “dover fare”. Complessivamente, quindi, in questa tipologia di risposta l’articolazione dello spazio, dell’apparato simbolico (segnaletica verticale e orizzontale) e della disposizione delle opere d’arte vincola fortemente la fruizione artistica. Utilizzando le categorie proposte da Zunzunegui (2011), si potrebbe dire che vengono radicalizzate le caratteristiche di quella tipologia di museo che il semiologo chiama “Museo Tradizionale”: “Il Museo Tradizionale

concepisce lo spazio architettonico, la disposizione spaziale, come un autentico destinante delegato dell'azione del soggetto performante [...]” (Zunzunegui 2011, p. 48).

La segnaletica (verticale e orizzontale), di fatto, non costruisce solo le condizioni di sicurezza (garantire distanziamento, evitare assembramenti eccetera), ma ribadisce e vincola il percorso espositivo che diventa estremamente rigido. Così rigido da prevedere anche la posizione da tenere di fronte all'opera d'arte: i cerchi neri sul pavimento hanno esattamente questa funzione. Lo sguardo del fruitore non è solo diretto e orientato, ma è vincolato: non si può che fare il percorso indicato e non si può che osservare le opere da prestabiliti punti di vista. Ricapitolando, nella “risposta burocratica” abbiamo le seguenti caratteristiche: un'architettura/spazio che si impongono, un percorso vincolato con uno sviluppo lineare e uno sguardo vincolato (Fig. 4).

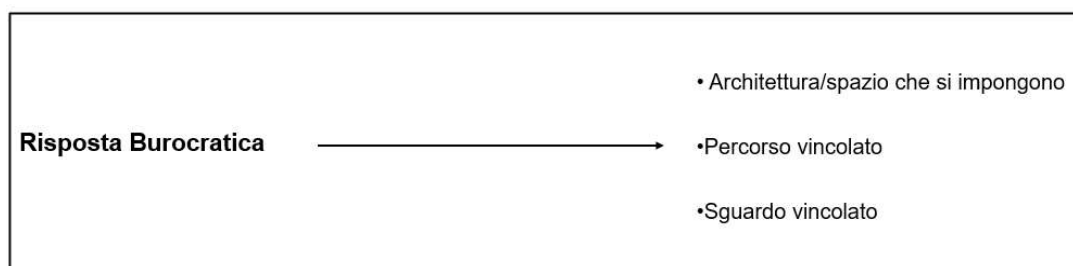


Fig. 4 – Caratteristiche della “risposta burocratica”.

3.2. Risposta digitale

Nella fase più intensa della prima ondata della pandemia da Covid-19, caratterizzata da lockdown e chiusure obbligatorie, la prima risposta di molti musei è stata di compensare la chiusura dello spazio fisico con l'implementazione delle possibilità di fruizione artistica offerte dallo spazio digitale. Nella classificazione che proponiamo, la *risposta digitale* è stata cronologicamente una delle prime risposte dei musei alla pandemia (insieme alla non *risposta*), ma essa si sviluppa e implementa anche nella fase che abbiamo definito di “apertura con protocolli di sicurezza”.

Se osserviamo in prospettiva diacronica questa tipologia di risposta, è facile accorgersi di come alle prime e più improvvisate proposte di fruizione digitale, col tempo si sono aggiunte proposte sempre più studiate e complesse. Questa tipologia di risposta ha avuto diverse declinazioni: alcuni musei hanno proposto solamente dei brevi video di approfondimento, altri hanno aggiunto tour virtuali, webinar e incontri seminariali. Nella nostra indagine ci siamo soffermati principalmente sui tour virtuali e i video: è attraverso queste forme, infatti, che sono state proposte dinamiche di fruizione delle opere d'arte alternative a quelle in presenza. Anche in questa tipologia di risposta, come vedremo, la fruizione artistica è vincolata ad uno spazio e ad un percorso fortemente formalizzati, in cui è regolato e previsto anche il punto di osservazione da avere di fronte all'opera. Chiaramente questo è abbastanza evidente nei video che illustrano mostre o collezioni permanenti: il percorso e il punto di osservazione è quello proposto dal discorso audiovisivo da cui non è possibile uscire. Nei tour virtuali la situazione rimane la stessa, viene proposta una carreggiata virtuale e l'utente può muoversi solo avanti e indietro; inoltre è possibile vedere l'opera solamente da un singolo punto di osservazione.

Molto interessante, in questo senso, ci è sembrata la proposta del Museo Egizio di Torino che è stata da noi analizzata nella fascia temporale che va da marzo-aprile 2020 a marzo 2021. Ci preme però sottolineare che, dopo queste date, l'offerta è stata ulteriormente implementata.

Il titolo dell'offerta digitale è “Il Museo Egizio a casa tua”, e nella pagina web dedicata viene spiegato che “dal 9 marzo 2020 a causa della Pandemia da Covid-19 il Museo rimarrà chiuso”, ma nonostante la

chiusura dello spazio fisico – si sottolinea – “l’attività museale continuerà ad essere attiva attraverso un’articolata proposta digitale aggiornata quotidianamente”. La proposta è davvero articolata e soddisfa sia una fruizione divulgativa sia una fruizione scientifica con finalità di ricerca. La proposta viene suddivisa in 9 sezioni:

1. “Le passeggiate del Direttore”: in questa sezione sono raccolti video della durata di circa 10 minuti, in cui il Direttore del Museo si sofferma su alcune parti della collezione permanente del Museo. I video vengono inseriti due volte a settimana (il giovedì e il sabato) ed il tono è divulgativo;
2. “Istantanee dalla collezione”: questa seconda sezione è molto simile alla prima, ma gli approfondimenti vengono fatti da esperti e curatori della collezione che si soffermano su singoli reperti o gruppi di reperti. Il Tono è sempre divulgativo;
3. “Virtual tour”: la terza sezione propone un tour virtuale di una mostra temporanea ospitata dal museo. Il tour virtuale permette di muoversi all’interno delle stanze del museo che ospitano la mostra;
4. “Le conferenze del Museo Egizio”: la quarta sezione permette di vedere la registrazione delle conferenze scientifiche proposte dal Museo. In questa sezione il tono è sia divulgativo che scientifico;
5. “Per i più piccoli”: una sezione completamente dedicata ad una fruizione di carattere pedagogico/ludica: dai video tutorial ai giochi per sperimentare la vita degli antichi egizi;
- 6-7. “Il database della collezione” e “La collezione papiri”: queste sezioni propongono, invece, una fruizione digitale di carattere scientifico. È possibile accedervi dopo una registrazione con l’indicazione dell’Istituzione di provenienza e i dati anagrafici. In queste sezioni è possibile visualizzare quasi tutta la collezione del Museo egizio di Torino (3.300 reperti) e la collezione dei Papiri. Le immagini sono ad alta risoluzione e permettono di visualizzare i minimi dettagli dei reperti e dei papiri;
- 8-9. “La rivista del Museo egizio” e “pubblicazioni del Museo egizio”: queste sezioni permettono di consultare la rivista del Museo e le pubblicazioni che lo riguardano. Sono sezioni per una fruizione scientifica.

Quella del Museo Egizio di Torino è una proposta di *fruizione digitale* molto ampia, pressoché completa: questa istituzione museale ha trasformato un momento di difficoltà in un’opportunità, ampliando le possibilità di partecipazione culturale. Come già sottolineato, nell’analisi che abbiamo effettuato ci siamo soffermati principalmente su quelle sezioni che propongono una fruizione di carattere divulgativo delle opere/reperti esposti, in particolare sui video e il tour virtuale. Naturalmente la fruizione attraverso i video è inscritta all’interno delle dinamiche del discorso audiovisivo proposto (riprese, montaggio, colonna sonora eccetera), quindi è decisamente rigida e formalizzata; ma come già sottolineato, anche i tour virtuali propongono una fruizione formalizzata: il visitatore può muoversi solamente avanti e indietro nel percorso, seguendo una carreggiata virtuale alla quale è vincolato, e il punto di osservazione sull’opera è unico. Siamo in uno spazio digitale che, però, ha le stesse caratteristiche di un “Museo Tradizionale” (Zunzunegui 2011), e anzi le radicalizza: uno spazio in cui lo sguardo del fruitore non è solo diretto e orientato, ma vincolato. Ricapitolando nella *risposta digitale* abbiamo le seguenti caratteristiche: un’architettura/spazio digitale che si impongono, un percorso vincolato con uno sviluppo lineare e uno sguardo vincolato (Fig. 5).

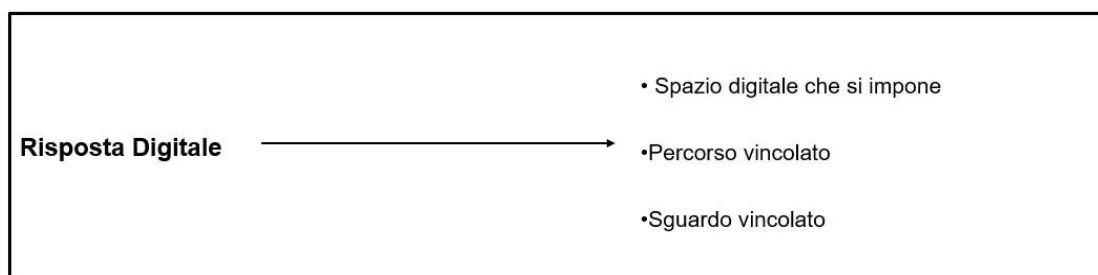


Fig. 5 – Caratteristiche della “risposta digitale”.

3.3. Risposta attraverso la produzione artistica

La *risposta attraverso la produzione artistica* è una risposta che, come nel caso della *risposta digitale*, ripensa la fruizione delle opere d’arte a partire dall’impossibilità di accedere allo spazio fisico del museo. In questo caso, però, la produzione artistica esce letteralmente dallo spazio museale e invade lo spazio della città. Le opere d’arte, così, si diffondono nelle strade, sulle facciate dei palazzi, diventano parte dei panorami semiotici urbani e, quindi, diventano fruibili anche dai passanti che non sarebbero entrati nel museo. Questa uscita dell’arte dallo spazio museale, apertura artistica opposta alla chiusura dei musei come spazi fisici, in molte occasioni viene tematizzata nelle opere d’arte stesse che propongono riflessioni sull’accessibilità ai luoghi della cultura. Dal punto di vista cronologico si sviluppa nella fase che abbiamo definito di “apertura con protocolli di sicurezza”. Il paradigma di fruizione, come vedremo, cambia totalmente rispetto alle risposte precedenti con uno spazio neutro, l’assenza di percorso e un punto d’osservazione sull’opera libero. Inoltre, questa tipologia di risposta apre alla possibilità di una fruizione dell’arte non intenzionale: si imbatte nell’opera anche il passante casuale che se la ritrova esposta nello spazio pubblico.

Molto interessante, in questo senso, ci è sembrata la proposta di Palazzo Strozzi e dell’artista francese JR. L’opera intitolata “La ferita” propone una riflessione sull’accessibilità ai luoghi della cultura nell’epoca del Covid-19 (Fig. 6) e rappresenta uno squarcio sulla facciata del museo, mostrandocene l’interno: è una rappresentazione di un interno ideale con i grandi capolavori dell’arte fiorentina. “La ferita” di JR entra a far parte del panorama semiotico della città: è pubblicamente accessibile, fruibile dai passanti, e, allo stesso tempo, tematizza la necessità dell’apertura dei luoghi di cultura.



Fig. 6 – “La ferita” di JR – Palazzo Strozzi.

In questa tipologia di risposta la fruizione è senza vincoli. In questo senso, utilizzando di nuovo le categorie proposte da Zunzunegui (2011), si potrebbe dire che vengono radicalizzate le caratteristiche di quella tipologia di museo che il semiologo chiama “Museo moderno”: “Il Museo moderno concepisce lo spazio come una configurazione chiamata ad annullarsi nella neutralità”. Di fatto, questa tipologia di risposta prevede uno spazio neutro, l’assenza di percorso e uno sguardo del fruitore non vincolato, ma fluttuante e libero. In altre parole, la relazione con le opere d’arte non è mediata.

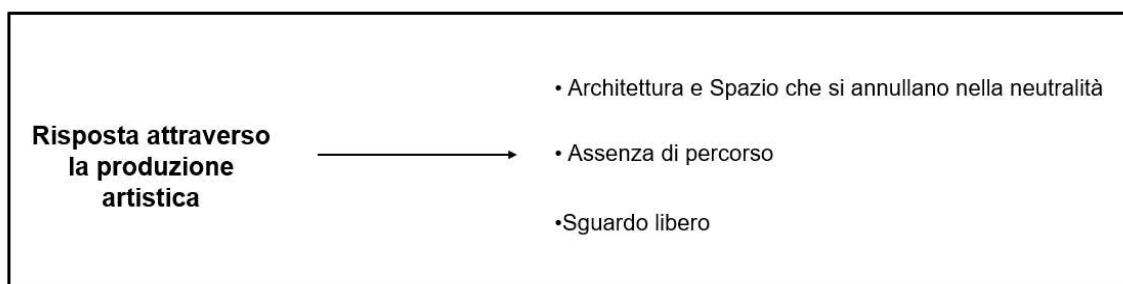


Fig. 7 – Caratteristiche della risposta “attraverso la produzione artistica”.

4. Modelli di fruizione artistica e partecipazione culturale

Ad ognuna delle risposte che abbiamo classificato corrisponde una specifica trasformazione nei panorami semiotici museali e una specifica trasformazione nelle dinamiche di fruizione dell’opera d’arte che abbiamo analizzato nelle pagine precedenti. Questi cambiamenti, però, oltre a trasformare le dinamiche di fruizione hanno effetti anche sulle possibilità di partecipazione alla fruizione artistica stessa: come vedremo alcune risposte amplificano le opportunità di partecipazione culturale, altre le lasciano immutate e altre ancora le restringono. Nel grafico rappresentato nella Figura 8 nelle linee verticali sono riportate le quattro tipologie di risposte; nelle prime due linee orizzontali sono riportate le tipologie di

cambiamento che ognuna delle risposte produce nello spazio fisico e digitale; nella terza e quarta linea orizzontale viene indicata la tipologia di esperienza (intenzionale o non intenzionale) e l'aumento/la diminuzione o l'assenza di cambiamento nelle possibilità di partecipazione all'esperienza di fruizione artistica (il segno “-” indica assenza; il segno “=” indica una situazione invariata delle potenzialità; il segno “+” indica un ampliamento delle potenzialità).

		Risposta-no	Risposta burocratica	Risposta digitale	Risposta artistica
Spazio	fisico	-	Aggiunta segnaletica verticale e orizzontale ai panorami semiotici museali	Aggiunta segnaletica verticale e orizzontale ai panorami semiotici museali	La produzione artistica ridefinisce lo spazio espositivo e i panorami semiotici urbani
	digitale	-	-	Proposta di fruizione digitale	-
Esperienza	intenzionale	-	=	+	+
	Non intenzionale	-	-	-	+

Fig. 8 – Trasformazioni nei panorami semiotici museali/urbani e cambiamenti nelle possibilità di fruizione.

Nella non-*risposta*, come è possibile osservare nel grafico, l'assenza di trasformazioni nello spazio fisico del museo, l'assenza dello spazio digitale si traduce in assenza di esperienza di fruizione sia intenzionale che non intenzionale.

Nella *risposta burocratica* i cambiamenti nei paesaggi semiotici museali consistono nell'aggiunta della segnaletica del Covid-19 (sia orizzontale che verticale) che, come abbiamo visto, produce delle trasformazioni nelle dinamiche di fruizione artistica. Come è possibile vedere dal grafico, in questo caso, l'esperienza fruitiva può essere solo intenzionale e le possibilità di partecipazione alla fruizione artistica rimangono invariate (=). Abbiamo oltretutto rilevato che la maggior parte della segnaletica prodotta dai musei per informare sulle norme di sicurezza è stata redatta solo in lingua italiana o, nel caso di alcune istituzioni, soprattutto nei grandi centri urbani, in forma bilingue italiano-inglese, riducendo quindi la presenza di lingue diverse nei panorami dei musei. La tendenza alla riduzione della offerta di informazioni in lingue diverse in tempo di COVID è emersa in città in cui convivono parlanti di varie lingue e in vari contesti sociali (v. ad es. Marshall 2021; Hopkyns & van den Hoven 2022; Hopkyns, 2022). È stato inoltre sottolineato come questa riduzione abbia contribuito a incrementare disuguaglianze nell'accesso a informazioni sul COVID (Kalocsányiová *et al.*, 2021, Piller *et al.*, 2021). La tendenza dei musei italiani verso il monolinguismo, o al massimo il bilinguismo con l'inglese, rappresenta una scelta che coinvolge non solo il piano linguistico, ma mette in luce precise convinzioni che toccano anche la sfera politica, in quanto si presume che, in assenza o in presenza di un numero limitato di turisti, siano sufficienti solo queste due lingue, non considerando come potenziali fruitori dell'offerta culturale coloro che non le utilizzano.

Per quanto riguarda la *risposta digitale*, invece, sia nella fase che abbiamo definito di “chiusura obbligatoria” che in quella di “apertura con protocolli di sicurezza” si aggiunge un nuovo spazio di fruizione, quello digitale. Come abbiamo avuto modo di spiegare nelle pagine precedenti, le dinamiche

di fruizione artistica che vengono proposte in questo spazio sono simili a quelle proposte nello spazio fisico della *risposta burocratica*. Inoltre, come è possibile vedere dal grafico, anche in questo caso l'esperienza di fruizione artistica può essere solo intenzionale, ma quello che cambia rispetto alla *risposta burocratica* è un decisivo aumento delle possibilità di partecipazione a questa esperienza (sia nella fase di "chiusura obbligatoria" che in quella di "apertura con protocolli di sicurezza"): video di approfondimento, tour virtuali, webinar, incontri seminariali eccetera, possono essere fruiti da una platea ampia di pubblico. Questa risposta ha comunque prodotto un impatto sulla modalità di costruzione dell'offerta culturale: nel caso analizzato del Museo Egizio di Torino, come in altri casi, ha ulteriormente aperto i musei alle potenzialità del digitale, considerato che tali produzioni sono incrementate anche dopo il periodo della pandemia. Anche in questo caso abbiamo rilevato che la maggior parte dell'offerta digitale prodotta dai musei nel periodo pandemico è in forma bilingue italiano-inglese, anche in questo caso viene limitata la presenza di lingue diverse nei panorami digitali dei musei.

Infine, nella *risposta attraverso la produzione artistica*, come abbiamo avuto modo di vedere, l'opera d'arte trasforma totalmente le dinamiche di fruizione liberandole dalla "mediazione" di uno "spazio" e un "percorso". Ad essere trasformato, però, non è solo lo spazio espositivo ma anche quello dei panorami semiotici urbani: le opere d'arte, infatti, si diffondono nelle strade, sulle facciate dei palazzi e diventano parte dei panorami semiotici delle città (Jaworski & Thurlow 2010). Come rappresentato nella Figura 8, in questo caso, l'esperienza di fruizione artistica può essere sia intenzionale che non intenzionale. Le possibilità di partecipazione a questa esperienza si ampliano: l'offerta culturale, diventando parte del paesaggio semiotico urbano, diventa pubblicamente fruibile sia da chi ha intenzione di farlo, ma anche da semplici passanti che se la ritrovano davanti inaspettatamente.

5. Conclusioni

La pandemia da Covid-19 è stata un fenomeno totalizzante che ha interessato l'intero pianeta e ha avuto un fortissimo impatto su tutti i settori delle società contemporanee. Alle strazianti conseguenze sul piano sanitario che continuano ancora oggi, con milioni di malati e morti, si sono aggiunte quelle sul piano economico, politico, sociale, psicologico, individuale. Un "fenomeno totale" che ha avuto pesanti effetti anche su tutto il sistema culturale e artistico italiano e naturalmente, come abbiamo visto nelle pagine precedenti, sul sistema museale. I vincoli imposti dalla Pandemia hanno costretto alla chiusura permanente molti musei. Ma allo stesso tempo proprio questi vincoli – la non accessibilità dello spazio fisico o la sua regolamentazione per questioni di sicurezza sanitaria – hanno costretto i musei a riflettere sui propri spazi, sui propri percorsi e sulle loro proposte di visione. Questa spinta ad una meta-riflessione ha fatto emergere nuove modalità di fruizione delle opere d'arte e proprio su queste modalità – sulle dinamiche di significazione che mettono in moto – ci siamo soffermati nelle pagine precedenti analizzando il museo come se fosse un testo. Questa analisi ha fatto emergere, inoltre, come le trasformazioni delle dinamiche di fruizione abbiano prodotto cambiamenti nelle possibilità di partecipazione alla fruizione artistica stessa. Capire quali tra questi cambiamenti sono rimasti nella fase post-pandemica e come si stanno strutturando in un contesto libero dai vincoli dell'emergenza sanitaria potrebbe essere oggetto di un ulteriore approfondimento che si pone come prosieguo dell'analisi presentata in questo lavoro.

Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia

- Adami, E. *et al.*, 2020, "PanMeMic Manifesto: Making meaning in the Covid-19 pandemic and the future of social interaction", in *Working Papers in Urban Language and Literacies*, n. 273, pp. 1-20.
- Bourdieu, P., Darbel, A., 1996, *L'amour de l'art. Les musées d'arteuropéens et son public*, Paris, Minuit.
- Damisch, H., 1982, "Il dispositivo museale", in *Lotus International*, n. 35, pp. 4-10.
- Hammad, M., 2006, "Il museo della Centrale Montemartini a Roma", in I. Pezzini, P. Cervelli, a cura, *Scene del consumo: dallo shopping al museo*, Roma, Meltemi, pp. 203-280.
- ISTAT, 2022, Report Musei e Istituzioni Similari in Italia - Anno 2020, www.istat.it/it/files/2022/02/REPORT_MUSEI-E-ISTITUZIONI-SIMILARI-IN-ITALIA.pdf. Consultato il 13 agosto 2022.
- Kress, G., Van Leeuwen, T., 2001, *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*, London, Arnold.
- Jaworski, A., Thurlow, C., 2010, *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, New York, Continuum.
- Landry, R., Bourhis, R. Y., 1997, "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study", in *Journal of Language and Social Psychology*, v. 16, n. 1, pp. 23-49.
- Lotman, J. M., 1985, *La Semiosfera*, Venezia, Marsilio.
- Marrone, G., Pezzini, I., a cura, 2006, *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.
- Marrone, G., Pezzini, I., a cura, 2008, *Linguaggi della città. Senso e metropoli II*, Roma, Meltemi.
- Marotta, A., 2010, *Atlante dei Musei Contemporanei*, Milano, Skira.
- Mazzucchelli, F., 2009, *Per una semiotica dell'oblio. Modelli semiotici della memoria tra esperienza e dinamiche culturali*, Bologna, Tesi di dottorato, SSSUB-SUM.
- NEMO (Network of European Museums Organization), 2021, *Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe - Final Report*, www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf. Consultato il 14 agosto 2022.
- Pezzini, I., 2011, *Semiotica dei nuovi musei*, Roma-Bari, Laterza.
- Pezzini, I., a cura, 2009, *Roma: luoghi del consumo, consumo dei luoghi*, Roma, Nuova Cultura.
- Piller, I., Zhang, J., Li, J., 2020, "Linguistic diversity in a time of crisis: Language challenges of the COVID-19 pandemic", in *Multilingua*, v. 39, n. 5, pp. 503-515.
- Scollon, R., Scollon, S. W., 2003, *Discourses in place: Language in the material world*, London, Routledge.
- Shohamy, E., Gorter, D., a cura, 2009, *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, New York, Routledge.
- Zunzunegui, S., 2011, *Metamorfosi dello sguardo*, Roma, Nuova Cultura.