TRASCRIZIONE DELL'INTERVENTO di M. Cristina Vannini

Quando accettai di partecipare con un intervento sui musei letterari e delle letterature che avessero partecipato al premio internazionale che rappresento, ***l'European Museum of the Year Award*** o **EMY**A, ero certa di riuscire a portare un numero consistente di esempi e casi di studio.
Il premio è molto famoso in paesi dove la letteratura e la musica hanno fatto e spesso continuano a fare parte della cultura quotidiana nazionale ed internazionale, come Russia, Germania, Francia, per non parlare di Polonia, Svezia, Danimarca, Spagna.
E, se lo si vuole considerare un museo letterario, il Museo dell'Innocenza, sviluppato parallelamente al romanzo di Ohran Pamuk, aveva pur sempre vinto il massimo premio nel 2014.
Come spesso accade la realtà, però, non asseconda le nostre ipotesi e aspirazioni. Infatti, negli ultimi 5 anni – il periodo che mi ero data per circoscrivere la mia analisi a casi attuali – il numero di musei letterari o di musicisti che ha partecipato al premio è per lo meno risicato, considerando che ogni anno i nominati sono una media di 45 musei. E sempre che non si voglia considerare come **"futuri musei letterar**i" tutti quei musei che stanno nascendo recentemente e che sono legati alla informazione, alla comunicazione, al giornalismo - o quelli che a me personalmente mettono sempre un po' di agitazione per le implicazioni politiche che possono avere, cioè i musei delle lingue minoritarie. Fenomeni museologici presenti soprattutto nei paesi del Nord Europa ma che iniziano a comparire anche in quei Paesi, forse meno "dotati" di patrimonio artistico cosiddetto di "primo livello" e quindi, forse, più concentrati sul rapporto con il pubblico e con un ruolo sociale del museo. Su tutta questa categoria di musei, che non hanno preminenti problemi di conservazione e tutela, ma che di conservazione di supporti multimediali e di validazione dei loro contenuti dovranno occuparsi, è forse necessario iniziare a fare una riflessione, se pensiamo a come si produce la letteratura nel mondo contemporaneo e quindi al valore della comunicazione – intesa proprio sia come veicolo di trasmissione sia come strumento di creazione di contenuti.

In ogni caso, la scoperta di avere pochissimi casi da riportarvi non ha minato la prospettiva di un'analisi: anche l'assenza di dati costituisce a sua volta un dato e quindi ho voluto riflettere sulla carenza di rappresentatività dei musei letterari e di musicisti in un premio internazionale che svolge la sua attività oramai da più di 40 anni sotto il patrocinio del Consiglio d'Europa.

Per prima cosa, quindi, mi sono applicata in una analisi dei punti di forza e di debolezza, in altre discipline: analisi SWOT, del nostro premio, per verificare espressamente le barriere che potrebbero limitare la presenza di una data tipologia museale al premio. In questa circostanza, sono emersi due punti che potrebbero essere considerati critici e che riguardano espressamente l'EMYA: infatti, lo schema prevede

l'autocandidatura dei partecipanti e il pagamento di una **quota di registrazione** che va a sostenere il processo di valutazione. Infatti, dopo avere inviato tutta la documentazione necessaria all'autocandidatura, i musei vengono visitati da uno dei nostri giudici e a volte anche da un secondo in incognito – laddove il Judging Panel rappresenta un corpo autonomo, costituito da direttori, conservatori o docenti di museologia. E' stato dibattuto a lungo all'interno della nostra Charity, in questi 40 anni di attività, se togliere la quota di registrazione che, per alcuni musei può rappresentare una forte barriera alla partecipazione. Ma, siccome i primi requisiti che noi valutiamo sono **l'innovazione museologica** a 360° e quello che il nostro fondatore Kenneth Hudson chiamava la ***public quality***, cioè l'attenzione all'esperienza di visita, il pagamento di una quota di accesso, crediamo che responsabilizzi il museo ad avanzare la sua candidatura. Solo un museo che ha una **forte consapevolezza** del suo valore innovativo – di quella che nella documentazione viene definiti la "*bright idea*" – e del rapporto che instaura fin dalla progettazione di ogni singolo dettaglio dell'allestimento e della comunicazione interna e tono di voce che rivolge al suo pubblico, troverà infatti forti motivazioni per mettersi in discussione partecipando ad un confronto internazionale con altri musei sui temi fondanti della museologia, a qualsiasi tipologia essi appartengano. Notate che, fra le barriere, non includo la "riconoscibilità" o la "fama" del nostro Premio che, a livello internazionale, è riconosciuta appunto da quarant'anni soprattutto in quei Paesi ricchi di musei letterari, ma su questo aspetto, se volete ne possiamo parlare a latere.

Per cui mi interrogo se gli altri due aspetti che ho appena messo in evidenza come criticità legate al premio (l'autocandidatura e il pagamento), possano davvero ritenersi tali. Rappresentano davvero delle barriere alla partecipazione oppure costituiscono delle soglie a cui non tutti i musei – non mi riferisco adesso specificamente a quelli letterari o di musicisti – si sentono adeguati? E ancora, ma questo è un capitolo a parte e riguarda espressamente la realtà italiana…. Quanto i musei sono disposti a mettersi in discussione e a confrontarsi? Naturalmente, quando mi riferisco a Musei, mi rendo conto di usare una metonimia per indicare chi vi lavora e, oltre a questi, spesso anche gli architetti. Per rispondere a questa domanda, mi avvalgo del libretto che ho avuto l'onore di proporre per la traduzione in italiano quando ero nel Board del Comitato Internazionale per la Museologia ICOFOM e che poi è stato adottato da ICOM Italia e stampato grazie alla disponibilità dell'IBC Emilia Romagna.

In ***Concetti chiave della Museologia*** viene riportata e spiegata con semplicità la differenza fra M*useologia* e *Museografia* e, all'interno della voce *Professione*, si delinea anche la specificità delle attività e dei ruoli dell'*espografo* o *exhibit designer* e dello *scenografo* o *exhibition designer* rispetto al *decoratore.* Ecco, soprattutto in Italia, il ruolo della museografia, degli exhibit designer, degli scenografi e dei decoratori - e sempre di più in questa società virtuale, degli installatori e progettisti multimediali – è prevaricante su chi ha la responsabilità dei contenuti e della comunicazione interna del progetto museologico; per cui spesso il

primo confronto che non si riesce a stabilire in maniera equilibrata e reciproca inizia proprio in fase di progettazione. Facendo fatica a riconoscere come paritario il punto di vista di tutti i professionisti coinvolti in un singolo progetto, il confronto con il resto della comunità museale a livello internazionale può risultare spesso destabilizzante, per cui si ritiene meglio soprassedere e continuare a considerare eccezionale il proprio lavoro, perdendo così la possibilità di cambiare punto di vista, cosa che dovrebbe essere uno dei punti fondamentali della missione di ogni museo.
E comunque questo discorso della supremazia di alcune professionalità rispetto ad altre, è legato al **riconoscimento delle professioni museali**, aspetto che resta prioritario in ICOM a livello internazionale ma che da ICOM Italia è stato accantonato dopo aver realizzato la traduzione dei *curricula guide lines* e della apertura di un comitato *Giovani professionisti museali*, come se fosse bastato dare alle stampe il lavoro e creare un comitato per risolvere la questione. Questione che invece sarebbe sempre più importante riprendere per definire e contrattare con i vari Ministeri e P.A. soprattutto nell'attuale contesto socio-economico.

Dal mio punto di vista, avvalorato da più di un decennio di partecipazione a vario livello *all'European Museum Forum*, organizzatore dell'EMYA, e di frequentazione di ambienti museologici internazionali, mi sono sempre più convinta che il Museo – e in questo caso ancora di più un museo di letterati o di musicisti - sia un **ipermedia della comunicazione**: un contenitore che presenta e trasmette, mediandoli o "filtrandoli", come è stato detto dal collega, tutta una serie di contenuti che fanno parte del progetto museologico, già mediati attraverso tutta una serie di mezzi di comunicazione (testi, immagini, video, suoni, strumenti multimediali ed interattivi) che fanno parte del progetto museografico, di cui una parte consistente e fondante è costituita dagli oggetti della collezione, che peraltro a loro volta sono dei media delle conoscenze dell'epoca a cui appartengono e delle persone che le hanno realizzate e possedute e, successivamente, sono stati mediati dal collezionista o dal curatore. Pertanto, quando parlo di differenti media non sto parlando dei livelli di lettura o di comunicazione che ci si aspetta tradizionalmente in un museo e cioè: pannelli, schede di sala e didascalie su qualsiasi tipo di supporto possibile ai nostri giorni. Parlo proprio dell'impatto interpretativo che assume l'elaborazione di un messaggio complesso attraverso uno strumento di comunicazione e di quanto incide sul visitatore. Infatti, come ipermedia, il museo deve essere considerato davvero come un "tutto parlante" sia al suo interno: la collezione, l'esposizione, l'allestimento, gli apparati allestitivi, la comunicazione interna, sia al suo esterno: il personale, la comunicazione esterna e pubblicitaria, il suo spazio fisico di rispetto (l'equivalente del *temenos* dei templi greci a cui i nostri colleghi d'Oltralpe tengono così tanto, creando piazze, strade e *compound* di preparazione all'entrata - oltre al Louvre, penso al recente Exhibition Road Quarter del V&A) e tutti gli spazi virtuali, social ed internet di cui un museo può usufruire per veicolare il suo messaggio. In tutto ciò, l'edificio ha il duplice ruolo di estroflettere il messaggio del museo verso l'ambiente esterno e di contenere

e dare un senso all'insieme museologico e museografico. In questo spazio, se vogliamo usare una metafora, si dovrebbe concentrare la soglia fra la cronaca del quotidiano (l'esterno, il mondo reale) e la narrazione storica, sì, ma valida al di là del tempo, ed in cui si entra a far parte quando vi inizia la visita di un museo. In questo "luogo", il visitatore quindi si potrebbe preparare a fare un salto-spazio temporale e, il Museo stesso dovrebbe poter utilizzare questo luogo proprio per fornire al visitatore le "chiavi di lettura" di cosa troverà all'interno.

Vi sembrerà forse che stia uscendo dal mio tema, mentre invece non ho fatto altro che dare le basi alla seconda fase di analisi che ora entrerà specificamente nella considerazione dei musei letterari e di musicisti, utilizzando come casi i musei che hanno partecipato all'EMYA.

Come dicevo, gli esempi non sono tantissimi (circa il 3% di tutte le tipologie museali nominate negli ultimi 5 anni) e alcuni si basano su una mia campionatura che potrebbe anche non trovarvi d'accordo, ma li valuteremo di caso in caso.

Nel 2012:

- Germany Leipzig **Bach Museum**, fortemente multimediale
- Greece Heraklion, Crete **Nikos Kazantzakis Museum**
- Russia Melikhovo, Moscow Region **Anton Chekhov 'Melikhovo' State Museum-Estate**
- Russia St Petersburg **Fyodor Dostoevsky Literary-Memorial Museum**

E un museo che temevo che non avreste considerato pertinente all'incontro ma di cui è confermato, secondo me, un ruolo importantissimo nell'avvicinare le giovani generazioni alla letteratura: The Netherlands The Hague Children's Book Museum.

Nel 2013 due musei "al limite" come il precedente ma che, nella loro narrazione ipermediale hanno la capacità di coinvolgere cittadini, turisti e – nel caso del museo irlandese – il settore produttivo con attività di sponsorship e fund –raising:

Belgium Brussels, **Librarium**

Ireland Dublin **The little museum of Dublin**, il progetto di due giovani artisti: uno scrittore e un compositore per dare alla città un museo sociale basato sulla cultura letteraria e musicale

Nel 2014:

L'unico museo "letterario" - ma sono certa che questa definizione può suscitare qualche disaccordo – che abbia vinto il premio principale, Turkey Istanbul **Museum of Innocence.** Un museo in cui la finzione

letteraria si sostanzia nella finzione della collezione che, peraltro, continua ad arricchirsi in un processo partecipativo già iniziato anni prima da un altro nostro vincitore "anomalo" il *Museum of the Broken Relationship* dove tutto si basa sulla narrazione letteraria.
Great Britain Walthamstow, **The William Morris Gallery** che essendo la casa di un artista composito ed eterogeneo e "circolo" di numerosi artisti e scrittori, ho voluto prende in considerazione per questa "vertiginosa" lista – per omaggiare Umberto Eco.
Ma è anche interessante analizzare come vengano raccontate la vita e le opere di un singolo personaggio che ha avuto una storia molto particolare, degna di un romanzo: Latvia, Riga, **Zanis Lipke Memorial Museum** (www.lipke.lv).

Inoltre, va evidenziata la tendenza negli ultimi anni e non solo nei musei letterari a creare **musei sulla storia di singoli individui**, che siano scrittori, musicisti, architetti, politici, scienziati ecc. tendenza che sembra scaturire dalla necessità di trovare (se è la risposta all'esigenza di una comunità), oppure fornire (se nasce da una precisa volontà politica) modelli su cui tentare di plasmare le politiche culturali da diffondere fra il pubblico. E' comunque interessante notare quanto i risultati di questa tendenza, conducano a un buon successo di pubblico locale e turistico.

Nel 2015 la rappresentanza non è elevate e l'unico "vero" museo letterario è il Ukraine Kiev **Pavlo Tychyna Literary Memorial Museum-Apartment**
Ma sempre per il discorso accennato prima, cito anche: Croatia, Privic Luka, **Faust Vrancic Memorial Centre** (www.mc-faustvrancic.com); e il Serbia, Loznica, **Vuk Karadzic Cultural Centre** (www.ckvkaradzic.org.rs), suggerendo una **differenziazione terminologica fra museo e memoriale** su cui potremmo discutere in prosieguo.
Ci avviciniamo alla fine e **nel 2016** si sono presentati
Armenia, Yerevan, **Komitas Museum-Institute**
e Croatia, Ogulin, **IVANA'S HOUSE OF FAIRY TALES** http://www.ivaninakucabajke.hr/en/
e anche : Hungary Miskolc, **Herman Otto Museum** (www.pannontenger.hu)
ed infine, nella edizione del nostro 40 ° anniversario, **nel 2017** due di quei musei che ho definito inizialmente come ipotetici "futuri musei letterari" e cioè il
Finland Helsinki, **Päivälehti Museum/Freedom of speech** e
Portugal Sintra **News museum** http://www.newsmuseum.pt/
Ma anche, sempre per confrontare le tecniche di narrazione la Slovenia, Ljubljana, **Plecnik House** (http://www.mgml.si/en/plecnik-house-503/).

I musei su cui vorrei concentrare la mia attenzione, ora, sono:

- Russia Melikhovo, Moscow Region **Anton Chekhov 'Melikhovo' State Museum-Estate**
- Ireland Dublin **The little museum of Dublin**
- Turkey Istanbul **Museum of Innocence**
- Latvia, Riga, **Zanis Lipke Memorial Museum** (www.lipke.lv).
- Croatia, Ogulin, **IVANA'S HOUSE OF FAIRY TALES** (http://www.ivaninakucabajke.hr/en/)
- Finland Helsinki, **Päivälehti Museum/Freedom of speech** e
- Portugal Sintra **News museum** (http://www.newsmuseum.pt/)

Tutti questi 7 musei presentano caratteristiche differenti fra di loro ma hanno un minimo comun denominatore costitutivo e cioè l'arte di narrare. Una narrazione fondata su alcuni aspetti che sintetizzo in: **flusso narrativo monotematico verso esposizione enciclopedica e didascalica**: i due esempi sono il museo dell'innocenza (museologicamente parlando, la narrazione si concentra sul romanzo) e il Dostoevsky. Questo rapporto mi riporta a riprendere la proposta terminologica di **museo verso memorial**, laddove il museo racconta una storia da fruire in modo esperienziale, costituendo uno strumento (ipermedia) di formazione informale; mentre il memorial presenta una storia da ricevere e contemplare. Come noterete, questa proposta si basa, in un certo senso, sull'impostazione della comunicazione: museo è uno strumento di comunicazione dialogica in cui la relazione fra l'esposizione nel suo complesso e il pubblico è arricchita reciprocamente (museo di Dublino, per esempio e tutti i nuovi musei di informazione e comunicazione), memorial è uno strumento di trasmissione di informazioni.

Un altro aspetto riguarda **il coinvolgimento emotivo, direi quasi empatico,** nella presentazione del messaggio museale: il racconto evidenzia valori, tematiche e contenuti fondamentali della storia del personaggio o del suo processo creativo. In questo caso, l'esempio dello Zanis Lipke e di Ivana sono interessanti.

Discende da questo aspetto, la dicotomia, come detto dal collega, fra **vicinanza verso distanza**: avvicinarsi ad un oggetto, ad un contenuto e ad un messaggio, toccarlo, viverlo, impossessarsene, rispetto alla distanza che pone un filtro o una barriera anche cognitivamente.
Naturalmente ciò è più facilmente raggiungibile in caso di musei che non utilizzino originali o che questi siano trasferiti su supporti "avvicinabili". E così si pone la questione dell'**autenticità nei confronti della copia** o come ho già scritto altrove: dell'**autenticità indicale o iconica**, laddove entrambe possono

concorrere insieme o indipendentemente al raggiungimento di una **autenticità esperienziale**, che costituisce l'obiettivo dell'esposizione museale.

A qualcuno sembrerà che stia scoprendo l'acqua calda se affermo che un altro aspetto caratterizzante degli esempi proposti è quello della **contemporaneità vs tradizionalismo**, ma questo è proprio il motivo per cui ho selezionato l'Anton Chekhov 'Melikhovo' State Museum-Estate perché la sua esposizione non si ferma all'interno dell'edificio ma si estende nei giardini e in tutto il villaggio. Certo, questa può essere considerata una caratteristica dei "reserve museums" russi di cui l'esempio massimo è lo Shalikov museum che si estende su un territorio che va da Milano a Venezia… ma non è il nostro caso e quello che all'inizio del mio intervento ho definito il *temenos* è proprio quello che il Melokhovo realizza con le attività outdoor del museo e che lo rende contemporaneo rispetto alle esigenze dei suoi visitatori.
Infatti, e ci avviciniamo alla fine, tutti gli esempi proposti presentano un mix o addirittura una scelta esclusiva nell'utilizzo dell'**interazione tecnologica verso interazione relazionale** che incide anche nella scelta della illuminazione dell'ambiente, laddove in presenza di una forte interazione tecnologica l'ambiente si presenterà **buio** mentre in caso di interazione relazionale lo spazio sarà **illuminato** (meglio di luce naturale). Questo aspetto che potrebbe sembrare funzionale, incide fortemente sulla percezione del messaggio museale da parte dei visitatori e del loro coinvolgimento emotivo, fornendo una ambientazione finzionale, al di là dei contenuti espositivi e quindi incidendo sull'autenticità dell'esperienza che il museo propone.

SITOGRAFIA:

http://www.bachmuseumleipzig.de/de/bach-museum

https://www.youtube.com/watch?v=8MNqdcwxn8A - https://www.kazantzaki.gr/en

Google art - http://en.chekhovmuseum.com/museum/photo-gallery/52/

http://www.md.spb.ru/files/present_dost_1.swf

http://www.kinderboekenmuseum.nl/ontdek-en-beleef/tentoonstelling/4/papiria

https://www.kbr.be/en/librarium

Google images

http://en.masumiyetmuzesi.org/

http://www.wmgallery.org.uk/visit/gallery-displays

www.lipke.lv

www.mc-faustvrancic.com

www.ckvkaradzic.org.rs

http://komitasmuseum.am/en/museum-2/permanent-exhibition/

http://www.ivaninakucabajke.hr/en/

www.pannontenger.hu

http://www.paivalehdenmuseo.fi/en/museum/

http://www.newsmuseum.pt/

http://www.mgml.si/en/plecnik-house-503/

www.lipke.lv

http://www.ivaninakucabajke.hr/en/

http://www.newsmuseum.pt/

http://www.md.spb.ru/files/present_dost_1.swf

http://www.kinderboekenmuseum.nl/ontdek-en-beleef/tentoonstelling/4/papiria