

Sotheby's Institute of Art

Digital Commons @ SIA

Faculty Articles


Faculty Scholarship

5-2020

Moratoria antibirus: un grande passo verso la sopravvivenza dei musei americani

Maria Sancho-Arroyo

Follow this and additional works at: https://digitalcommons.sia.edu/fac_articles

 Part of the [Business Administration, Management, and Operations Commons](#), [Fine Arts Commons](#), and the [Museum Studies Commons](#)

Il Giornale dei

MUSEI

A cura di Alessandro Martini



Caserta come Federer

Caserta. Tra i primi atti di «rilancio» di un'istituzione c'è quello di assicurarle nuova visibilità anche attraverso la sua immagine. È ora il caso della **Reggia di Caserta** sotto la direzione di **Tiziana Maffei**, che ha presentato il 22 aprile la sua nuova immagine visiva, attraverso cui far emergere, ha detto la direttrice, «i caratteri profondi che connotano la Reggia di Caserta». Il logotipo (nella foto in alto) opera dell'agenzia di comunicazione Sigla di Curtatone (Mn) e costato 37mila euro, è composto dalle «iniziali di Reggia e Caserta, Re Carlo, Real Casa, "R" e "C"», e adotta un «carattere tipografico fedele agli stilemi vanvitelliani», specifica una nota stampa. Appena presentato, il logo destinato a sito web, carta intestata, manifesti, didascalie e gadget, ha però suscitato non poche critiche e diverse parodie sul web, fino al suo definitivo **ritiro, annunciato il 27 aprile**. In molti paiono aver notato non solo l'eventuale «inadeguatezza» del logo, ma anche la sua scarsa originalità. La «**RC vanvitelliana**», infatti, non sembra differire molto dalla ben più diffusa «**RF**» (nella foto a sinistra) che compare su magliette e asciugamani di **Roger Federer**, il campionissimo del tennis, nonché sui materiali della sua omonima fondazione, impegnata dal 2004 in progetti educativi in diversi Paesi africani.



Adele Maresca, presidente di Icom Italia

condotto in modo superficiale. Anche per queste funzioni il fattore umano è determinante.

Per quali ragioni invitate a ripensare «la natura stessa delle strutture espositive e del lavoro museale»?

L'esperienza del Coronavirus ha messo in evidenza un uso senza precedenti del digitale: molti musei hanno risposto in modo creativo e innovativo, altri proponendo materiale obsoleto e molto lontano dalle esigenze di oggi. Occorre inventare forme più attrattive e contenuti rigorosi seppur modulati su destinatari diversi. Questa crisi, inoltre, può diventare un'opportunità per distribuire meglio i flussi di visitatori, creare forme alternative di partecipazione e potenziare un turismo «di prossimità». Purché più istituti, anche di natura diversa, si muovano in sinergia e offrano percorsi culturali associati anche allo svago, al benessere e al godimento della natura, e che operatori turistici, albergatori, artigiani, associazioni culturali e sportive, musei, pro loco si impegnino a lavorare insieme. A noi sta molto a cuore anche la sopravvivenza di tanti posti di lavoro e se i musei non hanno risorse muore un indotto già piuttosto fragile.

Nel vostro documento parlate anche dei depositi.

I depositi vanno preservati, ordinati, inventariati e, con modalità da definire, resi accessibili agli studiosi, e non solo. I depositi sono inoltre delle «riserve», come dicono i francesi, cui attingere per rinnovare gli allestimenti e proporre periodicamente al pubblico nuove opere e narrative diverse. La cosiddetta «Fase 2», con una ripresa lenta delle attività di «front office» e la difficoltà di programmare grandi mostre, potrebbe essere il momento ideale per rinnovare l'attenzione dei professionisti sui depositi. □ **Stefano Miliani**

New York

Moratoria antivirus

Un grande passo verso la sopravvivenza dei musei americani

New York. A più di un mese dalle chiusure dovute al Covid, molto è successo nel mondo dei musei americani. Le prime reazioni sono state anche qui orientate alla digitalizzazione dei contenuti. Passato il primo momento, l'impatto economico del virus ha causato una raffica di licenziamenti, congedi non pagati e riduzione di salari. Diversamente dall'Europa, i musei americani sono generalmente enti privati che fanno affidamento su biglietteria, negozi e caffetterie, nonché sulla sponsorizzazione di aziende anch'esse oggi in difficoltà. La situazione è così grave che l'**American Association of Museum Directors (Aamd)** ha emanato una risoluzione senza precedenti che affronta il modo in cui i musei possono utilizzare i **fondi speciali** detenuti da alcune istituzioni, come **quelli provenienti da donazioni o da vendite di opere**.

Le linee guida ufficiali dell'Aamd, così come quelle dell'**American Alliance of Museums (Aam)**, affermano che qualsiasi somma raccolta dalla vendita di opere della collezione di un museo deve confluire nel fondo per ulteriori acquisizioni e non può essere utilizzata per i costi di manutenzione e gestione. Secondo la nuova risol-



Il deposito del Brooklyn Museum a New York

zione «l'Aamd si asterrà dal censurare o sanzionare qualsiasi museo (o censurare, sospendere o espellere qualsiasi direttore di museo) che decidesse di utilizzare fondi di donazioni per spese operative generali». Il documento affronta anche le modalità con cui un museo potrebbe utilizzare il ricavato delle vendite di opere d'arte per pagare le spese relative alla cura diretta delle collezioni.

Questa dichiarazione, a suo modo straordinaria, è una risposta all'impatto economico di Covid-19 sui bilanci dei musei americani, e all'incertezza dei tempi in cui la raccolta fondi potrà tornare alla normalità. A tutti gli effetti non cambia le norme attualmente in vigore, ma pone una **moratoria sulle azioni punitive fino al 10 aprile 2022**. Tuttavia, anche se i direttori dei musei non hanno l'autorità legale per approvare la destinazione dei fondi soggetti a restrizioni, l'associazione spera che questa dichiarazione incoraggi le autorità a consentire l'uso di tali risorse. È un grande passo avanti per la sopravvivenza di molte istituzioni private. □ **Maria Sancho-Arroyo**

Icom Italia

Da potenziare strumentazione e specialisti

Durante e dopo la chiusura forzata: che cosa fare per la sicurezza delle opere e del personale. Senza dimenticare i depositi da valorizzare

Roma. Tutti i musei sono preparati al controllo e alla salvaguardia a distanza delle proprie raccolte? Forse no, se l'Icom Italia, sezione nazionale dell'International Council of Museum, poco dopo le chiusure per il confinamento da Coronavirus ha avvertito il bisogno di pubblicare una serie di «raccomandazioni» (icom-italia.org). Ne parla la presidente **Adele Maresca**, fino al 2014 in forza all'Ufficio Studi del Ministero dei Beni e Attività culturali.

Presidente, raccomandate di verificare che le strutture siano integre, che i sistemi di allarme, climatizzazione e antincendio funzionino anche durante una chiusura prolungata. Perché?

Sappiamo che queste funzioni sono generalmente garantite, ma temiamo che in istituti più piccoli, ove siano affidate a società esterne e non esistano dispositivi tecnologici per la rilevazione a distanza, o sistemi di allarme gestiti in remoto, le limitazioni di mobilità e di presenza del personale imposte dall'emergenza possano metterle a rischio. Questa emergenza, una volta finita, dovrebbe indurci a potenziare le strumentazioni tecnologiche, ma anche a incrementare personale specializzato. Potrebbe essere un incentivo a creare sinergie con altri istituti.

Perché proponete sinergie?

Crediamo che per raggiungere una qualità elevata, non solo in questo campo, sia necessaria più collaborazione tra musei dello Stato, degli enti locali e privati e la previsione, ove occorra, di servizi comuni. Molte Regioni stanno creando reti tra musei o sistemi integrati e questa strategia

va maggiormente sviluppata.

Raccomandate anche una manutenzione programmata e il controllo del microclima. Non dovrebbe essere scritto nel Dna di un museo?

La tutela in termini di manutenzione programmata è una debolezza reiterata in Italia, e il monitoraggio ambientale

Perdite fino all'80%, ma nessun sostegno per i musei di 15 Paesi Ue



Parigi. L'epidemia di Covid-19 ha travolto i musei, costretti a chiudere e a rinviare o annullare le mostre. Mentre scriviamo la maggior parte è ancora chiusa, sebbene si annuncino le prossime riaperture. Quale l'impatto economico della crisi sanitaria? Per dare una prima risposta, tra marzo e aprile il **Network of European Museum Organisations (Nemo)**, la rete delle organizzazioni museali europee, ha portato avanti un'inchiesta su 650 musei d'Europa e Stati Uniti, ma anche Iran, Malesia, Filippine, Polinesia francese. Il bilancio è drammatico: i musei delle città turistiche prevedono **perdite finanziarie fino al 75-80%**, dal momento che non si esclude che, anche alla riapertura e durante l'estate, si dovranno rispettare le misure di contenimento e applicare delle restrizioni. Per grandi musei come il Rijksmuseum e lo Stedelijk di Amsterdam (nella foto) e il Kunsthistorisches Museum di Vienna le perdite variano **tra 100mila e 600mila euro a settimana**. Stando a «Le Monde», inoltre, il Reina Sofía di Madrid ha perso 440mila euro a marzo, l'Albertina di Vienna perde 70mila euro al giorno il Centre Pompidou a Parigi 1,2 milioni di euro al mese e il Museo Egizio di Torino 600mila. Nemo stima che, a settimana, **il 30% dei musei perde fino a mille euro, il 25% fino a 5mila euro, il 13% fino a 30mila euro e il 5% oltre i 50mila euro**. Mancano gli introiti della biglietteria, ma anche dei bookshop, delle caffetterie ecc. e se le grandi esposizioni internazionali sono per forza di cose posticipate, molti musei dichiarano anche di dover rinviare i grandi progetti strutturali a lungo termine. Una delle rare «buone notizie» è che **circa il 70% dei musei ha fatto sapere che non ci saranno licenziamenti**, anche grazie al fatto che, in questo periodo di chiusura, la maggior parte dei dipendenti, più dell'80% per oltre la metà dei musei, è in smart working. Tra le note dolenti, invece, solo i musei di 12 Paesi precisano che i rispettivi Governi preparano fondi di emergenza per la cultura, già deliberati in 8 Stati, mentre **in 15 Paesi non sarebbe previsto nessun sostegno**. Più drastica la situazione negli Stati Uniti dove, stando all'**American Alliance of Museum**, i musei perdono 33 milioni di dollari ogni giorno e i licenziamenti invece si sono moltiplicati. Di recente «Le Figaro» ha fatto il punto. A New York, il Whitney ha annunciato 76 licenziamenti, il MoCA di Los Angeles 97, mentre il Mass MoCA-Massachusetts Museum of Contemporary Art, 120. Se il **MoMA** chiude il Dipartimento educativo e licenzia un centinaio di addetti, il **Metropolitan** non esclude tagli, mentre l'**Indianapolis Contemporary** (già iMoca) si prepara a chiudere definitivamente. Un altro dato, prevedibile ma forse non in questa misura, emerge dallo studio Nemo: oltre il 60% dei musei ha incrementato la sua presenza sul web e sui social (70%) e il 40% ha registrato un aumento dei visitatori online, in alcuni casi (il 13%) arrivando al 500% di visite in più a settimana. Sul suo sito il Louvre ha annunciato un vero boom, con le visite quotidiane online passate da 40mila a 400mila. □ **Luana De Micco**