

Milano un anno dopo

Dopo il successo come sostenere le visite?

Il punto con la direttrice Marina Pugliese nel compleanno del Museo del Novecento. Un grande successo subito, poi...



Marina Pugliese: duro bilancio dopo il primo anno di vita

MILANO. Nominata direttrice «sul campo» dall'allora sindaco Letizia Moratti, durante la conferenza stampa di apertura il 6 dicembre 2010, Marina Pugliese giunge in questi giorni al primo giro di boa alla guida del Museo del Novecento, ospitato nell'Arengario di piazza Duomo.

Quale bilancio si può stilare di questo anno del primo «nuovo» museo aperto a Milano negli ultimi 50 anni?

Positivo, ma con fatica. Successo di pubblico oltre ogni aspettativa, con quasi 700mila visitatori, dovuto in parte alla gratuità dei primi mesi, ma anche all'aspettativa per il nuovo museo sin dalla pubblicazione del bando nel 2000 (sono stati 179.403 dal 6 al 31 dicembre 2010, 147.113 a gennaio 2011, 127.120 a febbraio, scesi con l'introduzione del biglietto a pagamento a 52.781 a marzo fino al minimo di 14.705 di luglio, per poi risalire a 22.566 in ottobre e 24.939 sino al 27 novembre, Ndr). Il catalogo del museo è stato un bestseller dell'editoria d'arte del 2011. La didattica è stata un successo, il ristorante uno dei luoghi di ritrovo di eccellenza per i milanesi. Vorrei non si dimenticassero, proprio in questi tempi di vacche magre, i milioni raccolti dagli sponsor, Finmeccanica e Bank of America, e la proficua collaborazione avviata con loro.

A distanza di un anno e delle polemiche che avevano accompagnato l'apertura, si può dire che l'allestimento delle collezioni e del museo ha funzionato?

Farei un opportuno distinguo tra il lavoro degli architetti (Italo Rota e Fabio Fornasari) e quello del comitato scientifico (Nino Castagnoli, Flavio Fergonzi, Antonello Negri, Lucia Matino, Vicente Todolì): per quanto concerne il progetto architettonico, fermi restando gli intrinseci vincoli dati dalle pe-

culiarità di un'architettura storica fortemente connotata (l'Arengario venne disegnato dagli architetti Muzio, Magistretti, Portaluppi e Griffini), il bilancio è positivo, salvi alcuni punti di debolezza (come le pareti in corian, belle ma inamovibili), ma anche eccellenze assolute come la sala Fontana. Circa il «Quarto Stato» va detto che l'inserimento nelle collezioni del Museo del Novecento era previsto sin dal progetto iniziale, che richiedeva ai partecipanti di prevedere una sala dedicata all'opera. La collocazione non felicissima (la vetrina è stata paragonata alla vetrina di un negozio o di un acquario) permette tuttavia di fruirne gratuitamente anche fuori dagli orari di apertura, fino alle 2 di notte. Anche il percorso espositivo può essere migliorato, ad esempio riguardo alla scarsa presenza di artiste donne, ma come è stato ampiamente riconosciuto, si tratta di un lavoro rigoroso, rispettoso delle istanze storiche sia da un punto di vista puramente artistico, sia di evoluzione delle collezioni cittadine. Come dimostrano anche catalogo e apparati didattici, realizzati con le

Università di Milano e Udine. Gli spazi però sono piuttosto angusti e non prevedono la possibilità di ospitare vere mostre, che sono tuttavia necessarie per il futuro del museo e la necessità che rimanga attraente. Oggi i visitatori si sono molto ridotti.

Pur ribadendo l'importanza di tornare alla natura originaria del museo, e quindi a un percorso storico di capolavori e che possa sostenere la prova del tempo, è chiaro che le mostre temporanee costituiscono la linfa della ricerca da un lato e del richiamo del pubblico dall'altro. Comunque, partendo dal presupposto che recentemente è venuta meno l'economia che ha sostenuto per anni le mostre, tutto sommato meglio produrre piccoli eventi espositivi ben curati e puntare molto

su attività collaterali come conferenze, concerti, letture di opere che non mettono a rischio la qualità dell'offerta e non alterano la struttura dei costi.

Qual è il budget?

I costi complessivi di gestione del museo (edificio, personale e attività) ammontano a circa 3 milioni di euro, di cui un terzo sarebbe dedicato alle attività. In realtà in questo primo anno, per via del flusso di pubblico che ci siamo trovati a gestire, questa cifra è diminuita di circa un terzo, per maggiori spese di personale di custodia. Per cui la parte dedicata alle attività è davvero modesta. Tanto più se confrontiamo queste cifre con quelle dei musei europei, ma anche di un museo come il Mart di Rovereto, simile per missione, che credo disponga di tre o quattro volte la nostra cifra.

Quali sono gli aspetti innovativi della sua direzione?

Prima ancora di aprire il museo abbiamo posto attenzione a definire l'identità visiva del museo, abbiamo utilizzato gli stessi criteri impiegati in ambito industriale per la «brand identity». Abbiamo lavorato in città sulla collaborazione tra produttori di cultura dalle Università, alla Fondazione Cineteca al Docva ecc. Abbiamo investito sull'offerta didattica e sulle politiche di inclusione del pubblico, dedicando ad esempio una sala alla didattica per adulti e studenti, realizzando una guida innovativa per bambini e coinvolgendo con un'offerta ad hoc le comunità etniche presenti nella città. Per finire, abbiamo articolato molto l'offerta di piccole mostre ed eventi collaterali invitando tra l'altro giovani artisti a realizzare un'opera in situ («Primo piano d'artista») o mettendo in scena una versione ridotta della «Forza del Destino» di Verdi. Ricordo

ancora l'audioguida al percorso museale realizzata dall'artista torinese Marzia Migliora.

Che cosa ritiene migliorabile?

Siamo in pochi, motivati, ma questo non basta a sostituire le

persone che mancano. Iolanda Ratti, collaboratrice da anni del museo, subito dopo l'inaugurazione è stata assunta a tempo indeterminato dalla Tate Modern a Londra. Questo ci dice qualcosa sulla qualità dei nostri collaboratori e sulla capacità di iniziativa dei musei stranieri. Il bando per la concessione della libreria e dell'editoria non ha dato i frutti sperati: purtroppo il nostro Paese non ha librerie museali di livello internazionale. Se da un lato il vincitore, Electa, aveva offerto condizioni di vantaggio teorico per il museo, proprio questa stessa offerta la sta ora obbligando, per non incorrere in perdite eccessive, a ridurre l'offerta. Stiamo perciò esplorando la possibilità di inserire un punto vendita all'interno del percorso.

Progetti?

Stiamo discutendo con l'assessore alla Cultura Stefano Boeri delle prospettive future e degli ampliamenti. Ci sarà a breve una serie di mostre dedicate al collezionismo del '900, al fine di incentivare e promuovere le donazioni, una sulla genesi del «Quarto Stato» di Pellizza da Volpedo, una serie di piccole mostre dedicate ai lavori su carta di Gastone Novelli, alla storica mostra realizzata all'Olivetti dal gruppo T nel 1962 (Colombo, Munari, De Vecchi, Anceschi). Una saletta sarà dedicata agli archivi del Docva (Careofe e viaFarini) con una mostra a cura di Roberto Cuoghi e Milovan Farronato. E ancora l'acquisizione della stanza «Habitat» di Luciano Fabro, sostenuta da Finmeccanica, mentre con Boa stiamo realizzando un «tappeto multimediale» per la didattica dei bambini in età prescolare. Stiamo anche per lanciare una tessera degli Amici del museo, che prevede una serie di attività, dalle lezioni di storia dell'arte al museo in lingua inglese a un corso di joga e meditazione durante la pausa pranzo in sala Fontana.

□ Martin Angioni

© Riproduzione riservata