



## MOSTRA A MILANO Medardo, la luce e le sue forme

■ Ad uno dei maggiori scultori a cavallo tra Ottocento e Novecento, Medardo Rosso, la Galleria d'Arte Moderna di Milano dedica la mostra *Medardo, la luce e le sue forme*, fino al 30 maggio (a lato uno scorcio della mostra. Foto GAM - © ProLitteris) Medardo Rosso (Torino, 1858 - Milano 1928) studiò all'Accademia di Brera e si formò nell'ambito del movimento della Scapigliatura milanese. Egli impostò tutta-

via una scultura del tutto nuova, superando lo stile accademico fino ad allora imperante e puntando soprattutto sugli effetti di luce che scaturivano dalle sue forme, in particolare teste in cera o in bronzo, che fermava in particolari istanti, dando loro l'aspetto di essere quasi opere incompiute. Rosso eseguiva le sue sculture seguendo in fondo gli stessi canoni che in pittura avevano ispirato gli Impressionisti, come

gli fu riconosciuto in un soggiorno a Parigi, dove si recò nel 1884, entrando in rapporto con Degas. Nella mostra sono esposte soprattutto opere conservate nel Museo Rosso di Barzio e nella stessa GAM. Alcune sculture provengono dall'estero, come *Portinaia*, prestata dal Museo di Belle Arti di Budapest. Risalta come i soggetti delle opere di Rosso fossero per lo più persone umili, casualmente incontrate dall'artista.

# CULTURA

L'INTERVISTA ■ SHELLEY MANNION\*

## «Nei musei il visitatore rimane al centro»

In questo campo la tecnologia va intesa soprattutto come uno strumento di supporto

NATASCHA FIORETTI

■ I musei oggi non sono più detentori esclusivi dell'informazione e delle conoscenze culturali. Grazie ad Internet e alle nuove tecnologie, le vie di accesso alla cultura si sono moltiplicate, e le antiche istituzioni museali non godono più dell'autorevolezza esclusiva di un tempo nel diffondere conoscenze altrimenti non ottenibili.

Secondo Larry Friedlander, professore all'Università di Stanford, da sempre attento all'utilizzo della tecnologia nel settore dell'educazione e delle istituzioni pubbliche, «la perfezione digitale sta erodendo l'autorità speciale che una volta i musei avevano: ci sono troppi giocatori nel mondo della cultura, troppe fonti del sapere». Inoltre, «il pubblico è cambiato radicalmente, plasmato dalla rivoluzione digitale arriva alle mostre con nuovi occhi e aspettative, sazio di input sensori e sopraffatto dal chiacchiericcio globale. L'impatto di una mostra incredibile è breve, subito si perde nel vortice sensazionalistico dei media, della pubblicità e della vita urbana».

Se questa è la realtà è chiaro che nessun museo può rimanere indifferente di fronte ai cambiamenti pervasivi che la tecnologia introduce nella relazione con il visitatore. Molti hanno raccolto la



**SPAZIO INNOVATIVO** La grande hall del British Museum. L'istituto londinese ospita alcuni dei reperti antichi più famosi al mondo, tra cui la Stele di Rosetta, le sculture del Partenone e le mummie egizie. (Foto EPA)

Senior Product Manager, Collections e parte dello staff del dipartimento digitale del British Museum.

**Quali elementi sono essenziali per ripensare il ruolo dei musei nel contesto culturale e sociale?**

«Essere pertinenti è una sfida importante per molti musei, in particolare a causa della scarsità di risorse. Per musei e istituzioni che guardano al passato, conservano pezzi di storia non è sempre evidente trovare un collegamento con il presente, con le questioni fondamentali della società contemporanea. I musei in quanto istituzioni, così come le persone che vi operano, devono riconoscere, individuare in che

modo le storie raccontate dalle loro collezioni e dai loro oggetti possano essere messi in relazione, collegati con le vite di uomini e donne della società moderna assicurandosi di trasmettere informazioni e conoscenze che per loro possano essere rilevanti».

**I musei sono sempre più multimediali. Che cosa conta di più, l'uomo o la tecnologia?**

«Certamente l'uomo ma nell'era di Internet la tecnologia aiuta a facilitare le connessioni tra le persone. Piuttosto, si potrebbe riflettere su un'altra domanda: sono più importanti le opere esposte o i visitatori? Difficile dare una risposta se la missione del museo è quel-

la di preservare la collezione e la cultura materiale per le future generazioni. A mio avviso un oggetto o un'opera d'arte hanno un senso e un significato solo se le persone interagiscono con esso. Il fulcro, il centro di tutto, la ragion d'essere dei musei sono le persone. La tecnologia invece è uno strumento che, se usato appropriatamente, può stimolare e supportare l'accesso delle persone alle collezioni e alle opere, facilitandone la comprensione e il gradimento».

**Può farci qualche esempio di progetti promossi dal British Museum?**

«Uno in particolare si chiama *Opere parlanti*, un programma che riunisce ragazzi giovani e curatori per discutere

insieme degli oggetti d'arte. Si tratta di creare un incontro profondo tra l'opera, il curatore e il pubblico».

**Qualche esempio invece di strumenti digitali o percorsi multimediali per aumentare l'esperienza del pubblico?**

«C'è un'applicazione per dispositivi mobili *The Gift for Athena (Il regalo per Atena)* pensata in particolare per le scuole. Attraverso dei tablet forniti dal museo, gli studenti possono esplorare virtualmente il Partenone imparando a conoscerne le diverse parti, l'importanza della dea Atena e come questo edificio sacro riusciva a comunicare e celebrare la grandezza di Atena nel V secolo avanti Cristo».

**Il museo ha uno staff dedicato alle strategie digitali e multimediali?**

«Abbiamo un dipartimento digitale nel quale lavorano venti persone».

**Il suo percorso professionale comprende anche una tappa ticinese: in passato ha frequentato il Master in nuove tecnologie applicate ai beni culturali all'USI. Pensa che i musei svizzeri abbiano ben accolto la sfida multimediale?**

«Alcuni musei svizzeri stanno facendo molto bene. Ad esempio il Museo della comunicazione di Berna e il Museo dei trasporti di Lucerna. I musei d'arte invece sembrano non considerare le nuove tecnologie, magari perché c'è la percezione che al visitatore non interessino nuove modalità di fruizione. Questo ci riporta all'importanza della conoscenza del pubblico e delle sue richieste: per molto tempo nei musei si è partiti dal presupposto che il visitatore fosse uno di loro, una persona che volesse fare un'esperienza immediata dell'opera d'arte. Ora, attraverso diversi studi e ricerche, sappiamo che non è così: i visitatori hanno ognuno interessi, preparazione e metodo di apprendimento, differenti. Dobbiamo diversificare anche noi i nostri stili e modi di interpretazione, così da poter soddisfare le loro diverse aspettative e richieste. L'interpretazione digitale è una parte importante di questo processo».

\*Staff del Dipartimento digitale del British Museum

Per istituzioni che guardano al passato non è facile trovare legami col presente



sfida diventando dei veri e propri centri culturali. Tra questi anche il British Museum di Londra ([www.britishmuseum.org](http://www.britishmuseum.org)), tra i più antichi al mondo, aperto al pubblico nel 1759, che oggi conta sei milioni di visitatori l'anno. Per saperne di più sull'impatto delle nuove tecnologie nel mondo museale, abbiamo fatto qualche domanda a Shelley Mannion,

PLURILINGUA ■ ALESSIO PETRALLI

## QUANDO I NEOLOGISMI SERVONO ANCHE PER NON FARSI CAPIRE

In fondo tutte le parole, anche quelle vecchie, sono state nuove. Per questa ragione occuparsi, o addirittura preoccuparsi, di neologismi è compito più rilevante di quanto possa sembrare a prima vista. È vero, le parole sono la superficie mutevole del «sistema lingua», che non tocca le profondità della sintassi. Ma la superficie del mare che ci sta di fronte è ciò che vediamo con più facilità, o forse sarebbe meglio dire è ciò che «guardiamo», godendone giustamente senza porci troppi problemi. Se però ci concentriamo su questa superficie, se ne possono scoprire delle belle, dai colori cangianti delle acque alla versatilità dei moti ondosi. E così sono le parole di una lingua, che cambiano e si evolvono nell'eterna rincor-

sa a un mondo sempre più rapido. Oggi e domani a Firenze, con il contributo di Coscienza Svizzera, nella sede dell'Accademia della Crusca il lunedì e della Dante Alighieri il martedì, si terrà il convegno «La lingua italiana e le lingue romanze di fronte agli anglicismi», dove autorevoli specialisti discuteranno la loro su un tema che spesso fa discutere animatamente anche i non addetti ai lavori. Fra le relazioni segnaliamo quella del Presidente della Crusca Claudio Marazzini, che risponderà all'intrigante domanda «Perché in Italia si è tanto propensi ai forestierismi?» e le «Conclusioni e prospettive per una neologia consapevole» di Luca Serianni, vicepresidente della Dante, mentre Michele Cortelazzo perorerà l'opportunità di «Un mo-

nitoraggio dei neologismi incipienti», partendo dall'idea che se si vogliono proporre efficaci equivalenti di certi neologismi è indispensabile agire tempestivamente. Tanto per dire, per il jobs act di Renzi e per la voluntary disclosure che toglie il sonno a molti, forse è già troppo tardi. O forse va bene così, basta capirsi... Ma se il problema sta proprio lì! In effetti c'è neologismo e neologismo: fra i numerosi anglicismi ci sono neologismi tecnici (termini monosemici, che veicolano rigorosamente un unico significato) e neologismi generali più o meno facili da pronunciare e più o meno facilmente adattabili. Ma il «jobs act» e la «vidi» rimandano in ogni caso a una notevole complessità e dietro a queste due parole ci sono cambiamenti di

sostanza, non sempre limpidi. Proprio per questo la scelta dell'inglese rischia di non essere casuale.

Ma se l'italiano, lo si sa, è lingua aperta e libertaria (c'è chi dice sbracata...), come si comportano le altre lingue? Per il francese, il portoghese, lo spagnolo e il catalano diranno la loro martedì John Humbley, Teresa Lino e Gloria Clavería Nadal.

Qualcuno potrebbe chiedersi perché affannarsi a dire in italiano ciò che magari può essere detto più sinteticamente, con più precisione e efficacia, usando parole di un'altra lingua, in particolare dell'angloamericano. La domanda è pertinente e ci rimanda ad una classificazione delle parole nuove, che può essere fatta in vari modi e che qui possiamo ridurre

all'osso della vecchia distinzione fra prestiti di lusso e prestiti di necessità o, se vogliamo, fra prestiti utili e inutili. Ma forse una vera distinzione da fare oggi sta altrove, ovvero, indipendentemente dalla lingua d'origine, fra i prestiti che «chiariscono» (come i tecnicismi veri, precisi e inequivocabili) e i prestiti che «oscurano». Perché dietro al provincialismo degli anglicismi inutili, qualche volta non sta solo un po' di provinciale puzza sotto il naso, ma anche la malcelata intenzione di non farsi capire. Insomma un conto è il «default» e un conto la «banca rotta» o il «fallimento». O forse sono la stessa cosa, ma è meglio non dirlo in italiano, dato che certi processi economici delicati forse in inglese si nascondono meglio.