

**President's Picks:
56 articoli per 15 mesi**

Raccolta degli articoli di Patrizia Asproni
Presidente della Fondazione Torino Musei
usciti su La Repubblica -Torino dal 16 dicembre 2013 al 16 marzo 2015

Sommario

2013	4
1. LA #FELICITAS DEL LAVORO A MAGLIA.....	4
2. PER NATALE REGALATE UN MUSEO	5
3. UNA VISITA AL MAO INVECE DI UN VIAGGIO (E SENZA LE VALIGIE)	6
2014	7
4. POSSIAMO RESTARE UNA CITTA' LEADER SOLO GUARDANDO ALL'EUROPA ..	7
5. BORGO MEDIEVALE, SEMPRE APERTO SEMPRE VIVO.....	8
6. I SOCIAL MEDIA UNA NUOVA RISORSA PER I NOSTRI MUSEI.....	9
7. CACCIA AL TESORO. I DOODLES DI SOLAKOV SUI MURI DELLA GAM.....	10
8. SOSTENIBILITÀ LA CULTURA È UNO DEI PILASTRI.....	11
9. 10 MINUTI PER SCOPRIRE COS'È L'ARTE	12
10. AI NOSTRI MUSEI IL PRIMATO DELLA TRASPARENZA.....	13
11. QUESTA MOSTRA È DIVENTATA AMBASCIATRICE DELLA CITTÀ.....	14
12. A PALAZZO MADAMA PER L'8 MARZO DUE "SANTA CATERINA"	15
13. LA SCELTA DI TORINO NON È CASUALE	16
14. I TESORI NASCOSTI NELLE CASE DI TORINO.....	17
15. "MECENATISMO" TANTI PROGETTI UN SOLO OBIETTIVO	18
16. LEADERSHIP PER I MUSEI SABAUDI SU TWITTER	19
17. PASSA DA QUI LA STRADA PER EXPO 2015.....	20
18. IL VOTO EUROPEO È UNA SPERANZA PER LA CULTURA.....	21
19. È LA CITTÀ A SCEGLIERE I SUOI TURISTI	22
20. NEI MUSEI DEL FUTURO NON CI SARÀ PROFANAZIONE	23
21. LA CULTURA IN OSPEDALE È MEGLIO DEI FARMACI	24
22. SE IL PUBBLICO NON VA AL MUSEO IL MUSEO VA AL SUPERMERCATO	25
23. ART-BONUS LA SVOLTA DEI PRIVATI.....	26
24. ARRIVA IL DECRETO CULTURA: QUALCOSA SI MUOVE	27
25. MUSEI TORINESI A CONFRONTO CON IL MONDO	28
26. NON PERDETEVI I MEAESTRI DELLA LUCE	29
27. L'INNOVAZIONE (RICONOSCIUTA) DEL MUSEO DEL CINEMA.....	30
28. UN'ESTATE NEI LABORATORI DEI MUSEI PER I BAMBINI E LE LORO OPERE D'ARTE	31
29. LA DONNA E LA SCUOLA UN ARGOMENTO DI ATTUALITÀ	32
30. MUSEI DI TORINO UN VIAGGIO NEL MONDO	33
31. SULLA CULTURA L'EUROPA CHIAMA E TORINO RISPONDE SEMPRE	34
32. L'AGENDA DI SETTEMBRE RIPARTE DAL VERTICE UE DI VENARIA	35
33. E TORINO EUROPEA SI TINGERÀ DI BLU	36
34. COSÌ I RAGAZZI RACCONTANO IL PATRIMONIO DEI NOSTRI MUSEI.....	37
35. CULTURA, CHANCHE DALLE CITTÀ METROPOLITANE	38
36. BORGO MEDIEVALE. UN ANNO DOPO RIPARTIAMO DA LÌ.....	39
37. L'AUTORITRATTO DI LEONARDO VIATICO PER LE MATRICOLE DEL FUTURO 40	
38. I SOCIAL MEDIA? SONO GIÀ LA PIAZZA DEI NOSTRI MUSEI	41
39. COSÌ ARTISSIMA PUÒ APRIRE UNA FINESTRA SU NOI STESSI	42

40.	FAREMO TORINO CAPITALE CULTURALE INTERNAZIONALE	43
41.	L'ART-BONUS CI RIPROVA BUROCRAZIA PERMETTENDO	44
42.	MUSEI, UN PROGETTO PER LE PERIFERIE PERCHÉ OGNUNO SI SENTA "AL CENTRO".....	45
43.	IL MARKETING NEI MUSEI SENZA COPIARE DALL'ESTERO	46
44.	L'ARTE PUBBLICA CAMBIA IL VOLTO DEL QUARTIERE	47
45.	AI MUSEI CIVICI LA RISCOPERTA DELL'IMMAGINE	48
46.	UN NATALE COI FIOCCHI NEI MUSEI TRA VIAGGI ESOTICI E FANTASIE BAROCHE	49
2015	50
47.	IL MECENATE 2.0 È COLUI CHE DONA IDEE E CULTURA	50
48.	INVESTIRE SULLA CULTURA COSÌ SI AIUTA LA RIPRESA ECONOMICA	51
49.	IL BUSINESS DELLA CULTURA CHE MERITA.....	52
50.	ARTE E DIGITALE UN'OCCASIONE PER I MUSEI	53
51.	OMOLOGARE PER RISPARMIARE NON È DI AIUTO ALLA CULTURA.....	54
52.	FESTA IN MASCHERA PER AIUTARE IL MAO.....	55
53.	Una cultura senza tasse per regalarla ai giovani.....	56
54.	NON SI PUÒ CONFONDERE ARTE E DEGRADO	57
55.	MULTICULURALITA' LA RICETTA VINCENTE PER I NUOVI MUSEI.....	58
56.	UNA GRANDE MOSTRA NON SI GIUDICA DAL NUMERO DI OPERE.....	59

2013

1. LA #FELICITAS DEL LAVORO A MAGLIA

Qualche tempo fa, viaggiando in treno, ho notato una ragazza che guardava il suo iPad: nulla di strano, se non che, nel frattempo, era intenta a lavorare a maglia.

Avrei voluto fotografarla, per catturare in un'immagine il connubio tra la velocità con la quale oggi le informazioni ci raggiungono -e che alla stessa velocità rincorriamo- e la lentezza di un lavoro antico, riscoperto forse proprio per "ridarsi il tempo".

Ritrovare il tempo: è quello che accade nei knit caffè di tutto il mondo, luoghi in cui insieme ai ferri si incrociano racconti ed esperienze. Palazzo Madama da cinque anni è uno di questi luoghi. Le *knitters* lavorano nelle sale e danno vita alle creazioni della linea Madama Knit per il bookshop del Museo.

Il museo è lo spazio che custodisce la memoria, la apre al pubblico e ospita un "movimento": di persone, idee e conoscenze. Madama Knit nel 2010 aveva preso a prestito un passo di Marisa Fenoglio: *"Ho capito che cos'era quello che mi mancava: l'appartenenza. Me la sono sempre immaginata come una coperta che tiene caldo"*.

Nel 2013 questa coperta è diventata realtà. Da sabato la vedono tutti i torinesi e i turisti che attraversano il centro della città: 11 grandi stendardi tricottati a mano rivestono la facciata medievale di Palazzo Madama affacciata su via Po.

Madama Knit è un vero social network: ha unito artigiani, artisti, donne detenute, persone di regioni e paesi diversi, con storie distanti, che hanno trovato contatto e calore nel gesto della mano che crea, inventa per un'opera collettiva. Ha coinvolto nella sua rete una grande azienda: Coats Cucirini. Le *knitters* hanno creato l'installazione che riporta la scritta FELICITAS, tratta da un disegno di Filippo Juvarra, il celebre architetto che ha realizzato la facciata e lo scalone del Palazzo. Una rete di filo e di lana che unisce le persone, i luoghi, la memoria. E abbraccia la storia della nostra città.

La Repubblica – Cronaca di Torino 16 dicembre 2013

2. PER NATALE REGALATE UN MUSEO

Natale sì, Natale no. Perfino la più tradizionale delle festività, di questi tempi, è un fatto divisivo. “Non vedo l’ora che passi”, dice qualcuno. Qualcun altro invece l’aspetta con ansia per prendersi una pausa e stare un po’ in famiglia, con gli amici, o semplicemente rallentare per qualche giorno. Mentre piovono gli auguri, soprattutto tramite i social network, e in tv fioccano i film di Natale (sempre quelli...), per le strade le decorazioni sono più timide di una volta, e nei negozi più che le musiche natalizie, ancora una volta, risuona qualche rinuncia in più: i conti non tornano.

Comunque, apocalittici e integrati della santa festività sono spesso accomunati da un paio di fatidiche preoccupazioni, che più stringono i tempi e più si fanno insistenti. Oggi che è il 23 per qualcuno sono praticamente un allarme. Preoccupazione numero 1), “transitiva”: i regali. Pensare a tutti, trovare il pensiero giusto, anche piccolo (o piccolo per forza) ma quello giusto, che non vanifichi lo sforzo, e magari una volta tanto sia anche un po’ sorprendente

Preoccupazione numero 2), “riflessiva”: in questa corsa delirante troveremo il tempo per un po’ di riposo e per portare i nostri pensieri altrove, fare qualcosa di diverso e rilassante senza andare troppo lontano?

Per entrambi i dilemmi, la nostra città ci offre la migliore delle soluzioni: visitate un museo, o regalate la visita alle persone a cui tenete. Da soli o in compagnia, scegliete quello che più vi piace e gironzolate con il passo che preferite. Lasciatevi investire dalla bellezza, incuriositevi di ciò che non avete mai visto o ritrovate i capolavori che magari non incontrate da un po’.

Che siate degli amanti dello spirito natalizio oppure no, fate di questo momento un’occasione per servire alla vostra anima un cibo diverso da quello che porterete in tavola. La cultura è il più sano dei nutrimenti, e a dirla tutta (preoccupazione numero tre)...non fa neanche ingrassare!

A voi tutti, di cuore, buone feste. :)))

La Repubblica – Cronaca di Torino 23 dicembre 2013

3. UNA VISITA AL MAO INVECE DI UN VIAGGIO (E SENZA LE VALIGIE)

Lasciati alle spalle riunioni di famiglia, regali e tavole imbandite, per molti forse c'è ancora qualche giorno di libertà a disposizione. E con il meteo che si irrigidisce, gli occhi (e le pance!) pieni delle nostre tradizioni, magari ci viene anche voglia di andare in cerca di qualcosa di diverso.

A tal proposito, pare che nel periodo natalizio s'impenni lo share di trasmissioni e documentari dedicati ai viaggi esotici. Ma quanti di voi sono pronti a partire? Su twitter qualcuno ha scritto "amo viaggiare, ma odio fare la valigia". Di questi tempi in molti sono costretti a dire " amo viaggiare, ma non ho i soldi per farlo".

Ebbene, per chi di noi resta a Torino, voglio suggerire un'alternativa per un viaggio esotico, un'esplorazione al prezzo di un ingresso, per soddisfare la curiosità e volgere lo sguardo a civiltà millenarie nate in luoghi lontani dai nostri ma che la storia, oggi, avvicina sempre di più a noi.

È questo quello che può regalarvi una visita al MAO, il Museo d'Arte Orientale di Palazzo Mazzonis: oltre 1500 opere provenienti da regioni dell'Asia vicina e lontana (dal Medioriente all'India, dal Tibet al Giappone) che ne raccontano le tante e affascinanti culture e, proprio dal "quadrilatero romano", il quartiere che meglio esprime la natura multi-etnica della nostra Torino, ci svelano la storia di popoli una volta così lontani e oggi, invece, così vicini.

Un viaggio che parte dal cuore antico della nostra città e arriva fino all'Himalaya, a Pechino, a New Delhi, a Tokyo, lungo un variegato percorso di archeologia, sculture, dipinti e tessuti pensato apposta per lasciare immaginare al pubblico la meraviglia di quei luoghi e delle loro tradizioni.

E una volta tanto - per rassicurare chi condivide l'idiosincrasia per le valigie - un viaggio in cui il solo bagaglio da portare è la nostra mente aperta, e tanta voglia di scoprire.

La Repubblica – Cronaca di Torino 30 dicembre 2013

2014

4. POSSIAMO RESTARE UNA CITTA' LEADER SOLO GUARDANDO ALL'EUROPA

Il 2014 si annuncia cruciale per il nostro Paese, ma porta con sé anche tante opportunità. Tra queste, la ripartenza della programmazione europea con il nuovo ciclo Europa 2020, fondato su una crescita "intelligente, inclusiva e sostenibile". Obiettivi ambiziosi, all'indomani di una stagione di rigore che si rivela oggi insufficiente.

E proprio dall'Europa arriva per la cultura un nuovo impulso. In primo luogo con Europa Creativa, il programma rivolto ai settori culturale e creativo che, oltre a portare il 9% delle risorse in più rispetto allo scorso settennio, guarda con maggiore attenzione alle potenzialità del comparto in termini di innovazione.

La dimensione culturale non è circoscritta ad un solo programma, ma incrocia trasversalmente tutte le nuove politiche comunitarie. Ne è testimonianza il riferimento al patrimonio culturale e alle scienze umanistiche in Horizon 2020, dedicato alla ricerca e alla tecnologia, ma non solo: cultura e turismo sono considerate azioni chiave per lo sviluppo dei territori.

Torino ha già mostrato, nel recente passato, di possedere una grande capacità di interpretazione di queste opportunità. Il nuovo corso è l'occasione per confermare le sue potenzialità di città leader per la cultura, di best practice per altre realtà italiane. Una sfida da condividere, per la quale servirà l'impegno e la creatività di tutti: istituzioni, imprese, associazioni e cittadini. Solo con una politica di "sistema" potremo concorrere ai bandi europei, solo con la competenza saremo in grado di aggiudicarci quei fondi che, in carenza di quelli nazionali, saranno indispensabili per la nostra crescita.

Non è più tempo di *cahier de doléance*, rimbocchiamoci le maniche. Scriveva Pasolini: "Per amare la cultura occorre una forte vitalità. Perché la cultura è un possesso: e niente necessita di una più accanita e matta energia che il desiderio di possesso". Lavoriamo, una volta tanto, per un "possesso comune".

La Repubblica – Cronaca di Torino 8 gennaio 2014

5. BORGO MEDIEVALE, SEMPRE APERTO SEMPRE VIVO

In questi giorni alcune polemiche, esagerate e inesatte, hanno seguito la comunicazione della chiusura invernale della Rocca del Borgo Medievale. La decisione è arrivata dopo la valutazione dei benefici per i visitatori, che durante i mesi freddi sono davvero pochi, anche a causa delle rigide temperature esterne. Ma questo non significa che il Borgo sia chiuso e che non sia vivo. Riscaldare la Rocca è una “mission impossible”, ma per i gruppi di stoici che prenotano, la visita è sempre garantita. Il ponte levatoio non è affatto sollevato anzi è, come sempre, pronto da attraversare per intraprendere un viaggio nel tempo: il visitatore può continuare a entrare nel piccolo mondo racchiuso dalle mura merlate, e non si tratta solo della suggestiva ricostruzione di un'epoca passata e di uno spazio, ma di un luogo reso dinamico da botteghe artigiane, da attività e laboratori per scuole e famiglie, da chi desidera solo passeggiare, acquistare un souvenir nelle botteghe, visitare la mostra nella chiesetta. Tutto gratis, tutti i giorni, lunedì compreso.

La bottega del ferro di Mastro Corradin e la Stamperia di Mastro Cerrato ad esempio accolgono i bambini delle scuole, fanno scoprire professioni antiche e sperimentare tecniche artistiche e manuali, come la forgiatura e battitura del ferro, l'intaglio del legno o la creazione di un foglio di carta con fibre di cotone.

Approfittiamo della pausa anche per restaurare, pulire, rendere accogliente e confortevole un luogo tanto amato dai torinesi e dai turisti, in modo da rifiorire, insieme ai prodotti del giardino medievale, in primavera. Grazie alla Compagnia di San Paolo, con cui è stata da poco restaurata la Torre di Oglianico, si rimetterà in sesto il ponte levatoio, così che il viaggio nel tempo sia ancor più incredibile quando ricomincerà il bel tempo. Un ultimo consiglio: visitate il sito del museo, e scoprite cosa si può fare, in ogni stagione, in questo magico luogo.

www.borgomedievaletorino.it

La Repubblica – Cronaca di Torino 13 gennaio 2014

6. I SOCIAL MEDIA UNA NUOVA RISORSA PER I NOSTRI MUSEI

Un museo non è solo il luogo fisico che conserva ed esibisce il suo patrimonio, ma anche un servizio culturale rivolto alle comunità, che deve essere in grado di suscitare partecipazione ed engagement nei suoi visitatori, reali e potenziali.

Troppo a lungo si è pensato che la bellezza non avesse bisogno di essere spiegata. Da qualche anno, soprattutto in ambito internazionale, si è finalmente compresa la determinante influenza di strategie di comunicazione ben congegnate sull'avvicinamento del pubblico ai beni culturali.

L'esplosione dei social media, poi, ha avuto un effetto moltiplicatore: l'evoluzione è stata sbalorditiva e se i virtual tour, per esempio, rappresentano un modello alternativo e complementare di fruizione, le piattaforme social hanno creato inedite opportunità di interazione con il pubblico.

Anche i nostri musei hanno intensificato l'attività di comunicazione social tramite pagine e profili Facebook, Twitter, Pinterest, Flickr, Instagram. Qui il museo ascolta, raccoglie tips, conosce e coinvolge la sua community e così... si migliora.

Anche grazie ai social Palazzo Madama ha potuto "riportare a casa" il Servizio d'Azeglio con un'iniziativa di crowdfunding. Su Twitter, l'immagine degli scatti fotografici di Eve Arnold, in mostra al Palazzo, è schizzata velocemente tra i top tweet italiani e ha raggiunto e connesso il museo con utenti provenienti addirittura dagli Emirati Arabi.

Nel 1971 Duncan F. Cameron scriveva che i musei devono "creare i forum per assicurare il più vasto ascolto possibile alla nuove, stimolanti percezioni della realtà, ai nuovi valori e alle forme in cui oggi essi si esprimono". Quarant'anni dopo, i social sembrano la risposta ideale. Dar voce al nostro patrimonio è importante tanto quanto conservarlo, quindi seguitemi sui nostri account! @palazzomadama; @MaoTorino; @Gamtorino

La Repubblica – Cronaca di Torino 20 gennaio 2014

7. CACCIA AL TESORO. I DOODLES DI SOLAKOV SUI MURI DELLA GAM

Avete mai pensato di partecipare ad una caccia al tesoro ambientata in un museo? No? Ebbene, potete farlo alla nostra GAM. Forse a qualcuno dei 150mila (e oltre) visitatori della mostra di Renoir è sfuggito, ma la Galleria è disseminata di una moltitudine di piccoli *doodles*, buffi personaggi portatori di messaggi universali, che popolano i soffitti delle scale del museo e le panchine disposte lungo il percorso espositivo. Opere dell'artista bulgaro Nedko Solakov, che all'ingresso della GAM si presenta con un ironico graffito "*non dite al Direttore che ho scarabocchiato questi soffitti*" e schiude al pubblico l'universo delle sue storie, animate da tanti e diversi personaggi. Alcuni a portata di sguardo, altri tenuti nascosti.

Percorrendo le scale col naso all'insù, vi imatterete in piccole macchie di colore, realizzate a china: avvicinandovi, scorgete in esse le sembianze di politici corrotti che a testa in giù cadono in picchiata verso il basso mentre gli onesti cittadini sono seduti in attesa di un governo migliore.

Le imperfezioni del soffitto, i chiaroscuri generati dalla luce o le impronte lasciate dai passanti, diventano la superficie ideale (e fisica) sulla quale la narrazione di Nedko prende forma e si snoda.

Sopra e sotto le panche, invece, Solakov colloca la sua riflessione sull'arte e la propone ai visitatori con *Un grande artista con piccolo (capo)lavoro* che recita uno dei suoi interventi davanti al grande Humbaba di Kiefer, per esempio. O, più avanti, con quattro minuscoli personaggi che "abitano" gli angoli di una panca: curator, collector, artist e art lover.

Lasciatevi prendere dal gioco e andate alla scoperta, una dopo l'altra, delle figurine che danno vita al racconto anticonvenzionale e provocatorio di Nedko Solakov: ancora una buona ragione per venire – o tornare – a visitare la GAM.

La Repubblica – Cronaca di Torino 27 gennaio 2014

8. SOSTENIBILITÀ LA CULTURA È UNO DEI PILASTRI

Il tema della sostenibilità, come è noto, si è affermato con riferimento all'ambiente, per poi estendersi al contesto economico e sociale, configurando uno schema di a tre pilastri.

Ne riconosce la centralità l'Ue con il suo nuovo ciclo di programmazione, Europa 2020, fondato appunto su una crescita intelligente, inclusiva e sostenibile.

Come si colloca la cultura in questa visione? Credo che debba considerarsi trasversale rispetto a questi tre fronti e d'altro canto, rappresentare un quarto pilastro della sostenibilità.

Basta pensarci per negazione: è sostenibile un modello sociale ed economico in cui la cultura non rappresenti una direttrice di investimento?

Può una qualunque forma di crescita umana sociale (e politica) fare a meno della sostanza culturale? Certamente no.

D'altro canto, gli ultimi anni mostrano come l'intervento pubblico si sia dolorosamente contratto.

Serve allora trovare vie complementari perché la crescita "a base culturale" non ammette sospensioni.

Da qui l'importanza del fundraising, fortemente riconosciuta nei paesi anglosassoni e li accompagnata da adeguate politiche di defiscalizzazione.

Ma proprio il valore sociale dei suoi obiettivi rende indispensabile un approccio strutturato per questa disciplina, fondato su skills e professionalità specifiche. Poca improvvisazione, e molta strategia: perché la raccolta fondi è un passaggio di un modello di restituzione sociale dell'investimento, in cui il coinvolgimento dei donatori non ha solo un obiettivo economico ma è piuttosto un "tool" di partecipazione sociale.

A Torino ne è esempio l'operazione di crowdfunding (<http://www.palazzomadamatorino.it/crowdfunding/>) che abbiamo promosso per riportare a Palazzo Madama il Servizio D'Azeglio. "Acquista con noi un pezzo di storia" è stato un successo e ha raggiunto l'obiettivo in tempi straordinari.

Qualcuno ha smentito che Churchill l'abbia detto davvero, ma si racconta che quando gli fu chiesto di tagliare fondi alla cultura per sostenere lo sforzo bellico rispose: "e allora per cosa combattiamo?". Per fortuna non serve una guerra. Ma condividere una battaglia per la cultura, anche con questi strumenti, questo sì.

La Repubblica – Cronaca di Torino 3 febbraio 2014

9. 10 MINUTI PER SCOPRIRE COS'È L'ARTE

Ognuno di noi ha un'agenda, fisica o mentale, più o meno densa di appuntamenti: la palestra, la riunione dei genitori, il cinema (o calcetto..) la cena galante o l'aperitivo con i colleghi. Ma ci sono anche giorni in cui ci si ritrova quasi smarriti e non sempre con idee troppo originali su cosa fare. Da questa rubrica ho lanciato già diverse volte l'invito a visitare uno dei nostri musei, anche in modi e con formule alternative, che il pubblico torinese - e non solo - ha mostrato di apprezzare.

Oggi però vorrei darvi un vero e proprio appuntamento: con l'arte. Da qualche mese, nei musei della Fondazione abbiamo dato il via ai nostri Art Speed Date: 10 minuti con il direttore del museo che racconta un'opera d'arte per vivere un momento davvero speciale. Pensate che la media di permanenza del pubblico davanti a un'opera d'arte è di 20 secondi: questo significa che per quanto "speed", durante il rendez-vous che abbiamo pensato, avrete il tempo di conoscere molto di più di quel capolavoro.

Un virtual tour in profondità che unisce contemplazione e racconto, impressione e interpretazione, e crea l'incanto. *Incanto* viene proprio da canto, racconto che affascina e 'porta dentro', *spellbound*, dicono gli inglesi: avvinto dalla parola. E quando qualcuno ci racconta un'opera d'arte questa si spiega entro una quarta dimensione, quella dei suoi segreti, della sua storia, e ci lega ad essa. Diceva Baudelaire: l'arte è la creazione di una magia suggestiva che accoglie insieme l'oggetto e il soggetto.

E noi, per dirla quasi con un palindromo, abbiamo voluto usare l'arte del raccontare per raccontare l'arte: alla sorprendente alchimia che questo genera tra spettatore e opera pensavamo quando abbiamo lanciato gli Art Speed Date.

Il prossimo 8 marzo a Palazzo Madama il Direttore di Magnum Photo Lorenza Bravetta ci affascinerà su Marlene Dietrich interpretata dalla grande Eve Arnold. Non perdeteviela, mettete in agenda e prenotate: 011.5211788 !

La Repubblica – Cronaca di Torino 10 febbraio 2014

10. AI NOSTRI MUSEI IL PRIMATO DELLA TRASPARENZA

Diceva lo statistico americano William E. Deming: "In God we trust. All others must bring data". "Open Data!" diciamo noi.

Se vi state chiedendo a cosa serve il QR code qui sopra, provate a leggerlo con il vostro smartphone. Scoprirete che il prossimo sabato 22 febbraio Palazzo Madama, GAM, MAO e Borgo Medievale aderiranno all'International Open Data Day, la giornata dedicata alla libera circolazione dei dati e alla trasparenza.

I nostri musei saranno i primi a farlo in Italia: i primi a rendere pubblici immagini delle opere, informazioni su restauri, prestiti e affluenza non solo per garantire l'accesso e il riutilizzo delle informazioni ma anche - e soprattutto - per lanciare un'azione di vera e propria fertilizzazione culturale basata sulla condivisione e la circolazione delle conoscenze.

Banche dati consultabili, diffusione e libera riproduzione delle informazioni: oltre l'accesso ai dati, garantito dalla licenza Creative Commons Italia 3.0, metteremo una vera e propria cassetta degli attrezzi a disposizione di operatori del circuito culturale e creativo per concepire applicazioni, servizi e prodotti innovativi.

Obiettivo trasparenza, ma non solo. Informazione diffusa, usabilità, knowledge sharing sul patrimonio e l'arte. E un modo per essere al passo con esperienze internazionali di successo come quelle dei musei che partecipano al network OpenGLAM.

Siete quindi tutti invitati al nostro #openarte" dove i dati usciranno dai Musei per entrare nei vostri computer. Non mancate!

La Repubblica – Cronaca di Torino 17 febbraio 2014

11. QUESTA MOSTRA È DIVENTATA AMBASCIATRICE DELLA CITTÀ

Ogni anno in Italia si organizzano migliaia di mostre, pensate e costruite intorno al nostro *heritage* (ma non solo). Quando raccontano il nostro patrimonio, esse diventano dei veri e propri ambasciatori nelle città che le ospitano, biglietti da visita presso il loro pubblico. Quando si tratta di esposizioni temporanee, in più, acquistano quasi i tratti un oggetto del desiderio: quell'irresistibile "fame di cultura" che genera le lunghe file cui spesso scorriamo accanto mentre presi dai nostri impegni passiamo davanti ad un museo o a una galleria. E che magari stuzzicano la nostra curiosità tanto da farci venire voglia di partecipare.

Dev'esser stato così per la mostra dedicata a Renoir alla GAM, che si chiude con un risultato straordinario: ben oltre i 200 mila visitatori.

Un amabile contagio, la felice propagazione di un virus benefico che ha portato nei nostri musei donne e uomini giovani e meno giovani, famiglie e turisti che hanno mostrato di saper apprezzarne la bellezza e di riconoscere la potenza iconica dell'opera dell'artista.

Non è da meno il successo della Sacra Famiglia di Raffaello a Palazzo Madama: un altro tipo di ispirazione, un temporaneo "ritorno a casa" di un'opera esposta in una vetrina unica al mondo come quella del museo Hermitage di San Pietroburgo.

Numeri che credo, però, raccontino anche qualcos'altro, e cioè la capacità del pubblico di comprendere il valore scientifico di progetti di spessore, costruiti con dedizione, accuratezza ed esperienza grazie a partnership di qualità. E che motivano ancora una volta e più che mai, la volontà da parte nostra di corrispondere a quel che i visitatori mostrano di chiedere mentre compongono quelle -una volta tanto gioiose, file: bellezza e conoscenza.

La Repubblica – Cronaca di Torino 24 febbraio 2014

12. A PALAZZO MADAMA PER L'8 MARZO DUE "SANTA CATERINA"

Se anche il meteo avverso, da qualche parte, può aver compromesso le allegre spruzzate di giallo degli alberi di mimosa nei parchi e ai lati dei viali, non sfuggirà a nessuno che si avvicina la più nota (e discussa) delle ricorrenze marzoline: la Giornata Internazionale della Donna.

Di sicuro non potrà sfuggire a chi sarà a Torino il prossimo 8 marzo, data di inizio di un fitto programma di appuntamenti tutti dedicati al tema femminile.

#Gopink è il tag che abbiamo scelto per dare il via a questa serie di iniziative "in rosa", che si apriranno nel segno di un felice sodalizio: proprio per la Festa della Donna dagli Uffizi di Firenze arriverà a Palazzo Madama un'ospite d'eccezione, la Santa Caterina di Artemisia Gentileschi, che verrà esposta nella Camera delle Guardie accanto a due dipinti di Orazio Gentileschi e alla Santa Caterina del Bassante. Un dialogo ideale che potrete approfondire anche durante l'art speed date dedicato al masterpiece della caravaggesca. Ma non finisce qui. Anzi è appena l'inizio di un importante tandem al femminile tra i due musei che vedrà altre iniziative comuni.

Non è ancora tutto. Sabato prossimo, infatti, per tutte le donne sarà possibile visitare gratuitamente le collezioni permanenti del Palazzo e a prezzo ridotto la mostra dedicata a Eve Arnold, protagonista del secondo art speed date della giornata, a cura di Lorenza Bravetta.

Allora, se avevate in agenda un festeggiamento tra amiche, per quest'anno provate a cambiare programma: Palazzo Madama e i suoi capolavori vi aspettano straordinariamente fino alle 21.

Se invece siete delle scettiche della ricorrenza, forse è l'occasione per ripensarci. Fate due passi a Piazza Castello, una visita al museo e magari prendete anche un aperitivo al buffet della Caffetteria. Una volta fuori, giratevi a guardare l'edificio e godetevi il colpo d'occhio, cambiate prospettiva. Anzi, colore. **#gopink**

La Repubblica – Cronaca di Torino 3 marzo 2014

13. LA SCELTA DI TORINO NON È CASUALE

Ci siamo. Domani e dopodomani Torino farà da palcoscenico alla prima edizione di una nuova avventura culturale: AMIEX (ART & MUSEUM INTERNATIONAL EXHIBITION XCHANGE), la Borsa internazionale delle mostre, sbarca al Lingotto. Un progetto nato in seno alla Fondazione Industria e Cultura di Confindustria da una visione precisa: l'importanza di uno spazio di incontro per le esposizioni italiane e internazionali all'interno del quale scambiare idee, disseminare know-how, avviare contatti e promuovere partnership. Un marketplace in cui il cultura e impresa si incontrano per sviluppare, scambiare o co-produrre eventi culturali ed esposizioni, dedicato ai principali operatori pubblici e privati, nazionali e internazionali dell'arte, della cultura, dei musei e dei servizi collegati a questi settori.

AMIEX incontra e fa incontrare, per la prima volta in Europa, tutto ciò che è mostra. Nasce in Italia - ed è una scommessa - con l'ambizione non solo di valorizzarne il patrimonio, ma di favorire la ripresa del Paese attraverso tutto ciò che "fa cultura".

Nasce con una vocazione fortemente internazionale, che guarda in maniera privilegiata alle realtà emergenti quali ad esempio il Museum of Islamic Arts del Qatar, il Prince Kung's Palace Museum di Pechino, il MASP - Museu de Arte de São Paulo del Brasile, ma ospita anche la grande tradizione europea di musei come il Rijksmuseum di Amsterdam o l'Universcience di Parigi, per citarne alcuni.

Al centro di tutto questo, Torino. La scelta della nostra città per ospitare AMIEX non è casuale, ma coerente con quello che negli ultimi anni la cultura (e dunque anche le mostre) ha rappresentato da noi: un vettore economico, umano e sociale di crescita della comunità, che ha contribuito a delineare un vero e proprio paradigma torinese di sviluppo.

Ed è quindi proprio da qui che vogliamo iniziare un percorso, un nuovo modello, e lanciare quello che sarà solo il primo di una serie di appuntamenti destinati a innovare profondamente, siamo convinti, il settore espositivo internazionale.

#AMIEX2014

La Repubblica – Cronaca di Torino 10 marzo 2014

14. I TESORI NASCOSTI NELLE CASE DI TORINO

Nell'itinerario che stiamo idealmente condividendo attraverso questa rubrica, di settimana in settimana, ho scritto di mostre, musei, eventi ed iniziative nel mondo dell'arte e della cultura realizzate e vissute sulla scena pubblica della nostra città, e popolate di idee, incontri ed entusiasmanti affollamenti. Ma mi capita anche di scoprire, a Torino - con una dose di meraviglia premio per un pizzico di curiosità - un'altra faccia dell'amore per l'arte, più intima: case bellissime che ospitano collezioni private e mai esibite di arte antica, contemporanea, italiana e internazionale di straordinario gusto e affascinante varietà. Piccoli tesori custoditi dietro le quinte, preziosi non solo e non per forza del loro valore economico ma piuttosto per la motivazione e la vivace ricerca di chi li ha messi insieme con dedizione. Una passione "domestica" rivelatrice di un cuore culturale pulsante che si intreccia, attraverso l'acquisizione di opere destinate a dare anima (e forma) ad ambienti e vissuti privati, con la fruizione - sempre crescente - di musei ed esposizioni.

Ma nulla di tutto questo è chiuso in cassaforte e anzi lascia intravedere, a dispetto della proverbiale discrezione torinese, un potenziale fortissimo di narrazione. Storytelling, diremmo oggi, come quello cui ho potuto partecipare di persona anche in qualche ristorante della città, in cui il patron, messa per un attimo da parte l'arte culinaria, mi ha svelato con orgoglio la sua spiccata sensibilità per quella figurativa, ad esempio, mostrandomi i pezzi della sua collezione e raccontandomi la personale avventura culturale che ha intrapreso.

Allora forse è la stessa bruciante passione per l'arte che accende gli ambienti privati torinesi (solo apparentemente celata dietro l'aplomb sabardo...) a stimolare la partecipazione culturale dei cittadini, e a portarli in così tanti nei musei e alle mostre. Da questo si può immaginare un dialogo che prenda la forma, magari, del racconto pubblico del valore privato dell'arte? Perché no. Ancora una volta, si tratterebbe di una irresistibile contaminazione.

La Repubblica – Cronaca di Torino 17 marzo 2014

15. "MECENATISMO" TANTI PROGETTI UN SOLO OBIETTIVO

Oggi, al termine "mecenatismo" nell'enciclopedia Treccani corrisponde la definizione "*Tendenza a favorire le arti e le lettere, accordando munifica protezione a chi le coltiva*" e il mecenate è indicato come colui che è "*generoso, illuminato*".

Illuminato: così si può considerare chi sostenga un progetto artistico o culturale, perché capace di vedere in esso qualcosa che altri occhi non riescono a scorgere.

In tempi di forte contrazione delle risorse pubbliche, il tema dell'intervento privato e della sua gestione s'impone nel dibattito provocando ancora una varietà di reazioni che vanno dall'irrigidimento di chi teme la svendita del patrimonio, alle aperture - che condivido - di chi riconosce un possibile ruolo nella tutela e nella valorizzazione dei beni culturali. Come lo stesso Ministro Franceschini, che dalle pagine dei giornali ha confermato che mecenatismo e sponsorizzazioni rappresentano per la cultura un'opportunità cui non è stata riservata, ad oggi, la giusta attenzione.

Ma se, specie nelle grandi città, si è mecenati offrendo donazioni o contributi, bisogna ricordare che il mecenatismo non consiste solo nell'impegno finanziario, ma anche nella volontà e nell'impegno a migliorare il tempo e la società in cui viviamo attraverso l'arte e la cultura. Nuovi mecenati sono allora tutti coloro che mettono la loro competenza e le loro conoscenze al servizio della collettività: lo sono i volontari dei musei, i professionisti che prestano la loro opera pro-bono, o i privati che comprano opere d'arte all'asta per donarle alle gallerie della loro città. Lo sono i nostri "senior civici", che si impegnano mettendo a disposizione il loro tempo (che è ancora quanto di più prezioso possediamo) per il bene di Torino. E lo sono anche - last, but certainly not least - i membri dell'Associazione Amici della Fondazione Torino Musei, instancabili sostenitori e promotori del nostro patrimonio cui da qui, oggi, colgo l'occasione per rinnovare il mio più sincero e amichevole "grazie," invitando altri ad unirsi ed "adottare" i musei, i monumenti, le opere d'arte, le attività e gli eventi culturali, tutto quello insomma che contribuisce al nostro "genius loci" e al *Brand* Torino.

La Repubblica – Cronaca di Torino 24 marzo 2014

16. LEADERSHIP PER I MUSEI SABAUDI SU TWITTER

Un successo. Non si può definire diversamente la prima edizione della #museumweek, l'iniziativa internazionale lanciata su Twitter per tutta la scorsa settimana che ha fatto transitare sul social network immagini e contenuti culturali provenienti da musei di tutto il mondo.

Una community fatta dalle istituzioni culturali ma anche da un pubblico di appassionati globale e multilingue, che ha partecipato con entusiasmo ad un racconto collettivo fatto di hashtag, cinguettii e selfie. Risultato: una vivacità di scambi e interazioni che è andata ogni oltre aspettativa, unendo luoghi, esperienze e persone da tutto il mondo, da Sassari a New York, passando – naturalmente - da Torino.

Come si dice in questi casi, infatti, noi c'eravamo. Gli account dei musei torinesi, e in particolare quelli della Fondazione Torino Musei (è emerso dal monitoraggio del flusso dei tweet scambiato durante la settimana) si sono posizionati tra i più influenti: Palazzo Madama si è mantenuto per tutto il periodo tra i primi 5 posti della classifica, per il volume di scambio con altre istituzioni nazionali e internazionali e con i cittadini europei.

Una leadership gratificante, che è anche l'occasione per riflettere sull'utilizzo consapevole, da parte delle istituzioni culturali, dei nuovi strumenti di comunicazione social. La costruzione di una solida brand reputation, basata sulla qualità dei contenuti e sull'apertura reale del museo, stimola la curiosità e la voglia di scoprire dal vivo i luoghi "incontrati" sulle piattaforme e finisce per essere una strategia di audience development, dai risultati tangibili anche nei numeri: @FondTOMusei, @Gamtorino e @palazzomadamoto hanno incrementato di oltre 2000 unità i loro followers in una sola settimana.

Contemporaneamente, la #museumweek è stata l'opportunità per un esperimento di costruzione di reti nazionali e internazionali che può rappresentare una straordinaria risorsa per intraprendere azioni congiunte e progetti condivisi. Specie con lo sguardo rivolto all'Europa e al nuovo ciclo di programmazione per la cultura, nel quale la capacità di creare sinergie transnazionali e intersettoriali, insieme allo sviluppo del pubblico, rappresenta la vera sfida.

La Repubblica – Cronaca di Torino 31 marzo 2014

17. PASSA DA QUI LA STRADA PER EXPO 2015

È ormai conto alla rovescia per EXPO2015: a poco più di un anno dall'evento più importante del decennio per il nostro Paese a prepararsi (e a fremere) non c'è solo Milano. Il "varco ovest" dell'Esposizione coincide infatti con il Piemonte e la nostra Torino, che quasi dieci anni dopo l'altra straordinaria occasione di rilancio che sono state le Olimpiadi invernali 2006, sarà protagonista di una nuova opportunità.

E certamente Torino e il Piemonte hanno saputo costruire in questi anni uno standing tale perché oggi EXPO TO, lanciato la scorsa settimana, non sia semplicemente un derivato della manifestazione milanese.

Dal nostro territorio transiteranno centinaia di migliaia di turisti di provenienza diversa, alla ricerca di un'esperienza della quale Milano è solo il punto di arrivo. Nostro sarà il compito di animare le strade che portano a Expo; l'amministrazione ha mostrato di crederci con uno stanziamento importante e un programma fitto di appuntamenti ma, come ha ben detto il Sindaco Fassino, ora è il turno di operatori, imprese e privati che hanno l'occasione per proporre idee innovative, mostrando la capacità di guardare oltre i confini del loro business o campo d'azione per attivare progetti di filiera che coniughino turismo, cultura, arte, lifestyle, enogastronomia e natura torinese e piemontese.

Una sfida da non mancare per tutti noi, cittadini in primis, che dovranno ancora una volta dare prova della loro capacità di accogliere visitatori di identità, lingua e codici di comportamento diversi, ricambiare il loro entusiasmo e rendere unico quel tratto di itinerario verso EXPO che condivideranno con loro.

La presenza di Torino all'Esposizione sarà il culmine di questo viaggio, ma proviamo a pensare a tutto il nostro territorio come un padiglione *en plen air*, permanente, motivando chi lo attraversa a tornare a vederlo, gustarlo, viverlo: se coloro che verranno a visitare l'EXPO lo faranno per vivere l' "Esperienza Italia" (e non certo per collezionare foto da cartolina), quello che abbiamo l'opportunità – di più: il dovere - di preparare per loro è l' "Esperienza Torino", di cui da amministratori, imprese e cittadini ben conosciamo il valore e la qualità unici.

La Repubblica – Cronaca di Torino 7 aprile 2014

18. IL VOTO EUROPEO È UNA SPERANZA PER LA CULTURA

Quella appena trascorsa è stata la settimana della politica, in cui è stata impostata la campagna per il prossimo appuntamento elettorale che riunisce amministrative ed europee. Su queste ultime c'è il massimo dell'attenzione, con un voto che di fatto è un referendum sull'Europa.

Ma se, al di là dell'ottusa demagogia di chi teorizza il contrario-la questione "Europa sì, Europa no" non è neppure realistica - una riflessione più approfondita è da dedicare al significato della Unione per la cultura, e, di conseguenza, per il nostro Paese.

Dal *Trattato di Lisbona*, che responsabilizza l'Unione nello sviluppo delle culture degli Stati membri, alla programmazione 2014-2020 c'è una curvatura dell'impostazione a favore del comparto culturale, cui è stato riconosciuto il forte potenziale economico e sociale, oltre che intrinseco.

A fare la differenza, è stato l'impegno del Parlamento Europeo.

Ma il Parlamento è fatto di rappresentanti eletti proprio da noi (con esplicita preferenza, per di più): non può sfuggire quindi la responsabilità che abbiamo nell'esprimere un voto coerente, che premi i migliori curricula e impegni alla migliore futura performance - proprio come si fa nelle aziende - e che in politica significa ascolto e rappresentanza di istanze.

Perché molto ancora è da fare per la cultura in Europa, anche per ridurre i gap tra gli Stati Membri. Mi riferisco ad esempio ad una politica di defiscalizzazione comune per le donazioni, all'armonizzazione dell'IVA per prodotti e servizi culturali (questo perché chi già si impegna, come i privati che aderiscono alla Consulta di Torino, a sostegno della cultura deve sentirsi incoraggiato e premiato, anche per aver finora resistito alla burocrazia e alle rigidità del sistema). Ma anche alla spinta per una più libera circolazione delle opere e al sostegno al networking tra soggetti culturali di diversi paesi. Per cominciare.

Il voto alle europee non può essere una scommessa alla cieca, ma dev'essere l'espressione di una ferma e attenta richiesta di impegno a continuare sulla strada aperta con fatica negli ultimi anni, il cui esito avrà forti ricadute sui prossimi. Una "sfida per la società" (come è definito in Horizon 2020) che non si può mancare.

La Repubblica – Cronaca di Torino 14 aprile 2014

19. È LA CITTÀ A SCEGLIERE I SUOI TURISTI

Torino si è trasformata profondamente negli ultimi anni, riconvertendo la sua identità da città/factory industriale” a città/factory culturale.

Grandi eventi, mostre, paesaggio, tradizione ed enogastronomia, hanno fatto e continuano a far scoprire la città a chi mai avrebbe pensato - primi fra tutti i suoi abitanti - che potesse portare in dote un così straordinario e variegato patrimonio artistico, antico e contemporaneo.

Una mutazione genetica desiderabile, che ha prodotto una risposta positiva ai processi di deindustrializzazione e ha posto il turismo e il suo indotto al centro di un nuova prospettiva di sviluppo.

Di fronte a questa opportunità – che porta automaticamente con sé un rischio – e ai grandi happening in programma per il prossimo anno (EXPO 2015, l’ostensione della Sindone..) non sbaglia il Sindaco Fassino a porsi una domanda cruciale: siamo pronti? E soprattutto, come lo siamo? Qual è il posizionamento strategico di Torino tra le mete culturali italiane? Questione tutt’altro che oziosa se si pensa, per esempio, alla complessità vissuta da molte città d’arte, che in assenza di una *vision* si ritrovano ad essere città-quinete teatrali in cui anima e genius loci sono oscurati da un mordi e fuggi turistico massificato e spesso degradato.

Case studies da tenere ben presenti, e che devono insegnarci ad assumere una prospettiva fortemente orientata alla qualità, in continuità con quanto avvenuto fino ad ora.

A Torino sono ancora intatti i luoghi della socialità, la storia convive armoniosamente con il contemporaneo - caso pressoché unico in Italia - proprio perché la città è rimasta meta, fino ad oggi, di un modello di turismo intelligente e a forte vocazione culturale, totalmente contrapposto all’invasione disordinata e qualunquista che investe altre realtà italiane. Un’impostazione vincente che se abbandonata comprometterebbe la perdita degli specifici asset della nostra città.

Se oggi in giro per Torino e per i suoi musei si vedono famiglie, donne, anziani e giovanissimi è perché la varietà dell’offerta culturale è in grado di soddisfare tutti: i bambini al museo Egizio, le mamme a Palazzo Madama, i padri al museo della Juventus, i young adults alla GAM, i viaggiatori al MAO.

Ce n’è per tutti i gusti.

Ma è determinante, e farà la differenza, proseguire secondo una prospettiva espansiva ma intelligente, sorretta da una governance forte e da un’idea precisa di città che sceglie i suoi “turismi” e i suoi turisti, prima ancora di essere scelta.

La Repubblica – Cronaca di Torino 28 aprile 2014

20. NEI MUSEI DEL FUTURO NON CI SARÀ PROFANAZIONE

In parallelo con l'annunciata iniziativa "bandiera" di questo governo per la riduzione delle spese nei beni culturali, e cioè l'accorpamento delle soprintendenze, si è imposto nei giorni scorsi il tema dell'avvio della gestione manageriale dei musei. Il governo giudica le due cose misure complementari: con la prima riduciamo le uscite con la seconda proviamo ad aumentare le entrate.

Nelle intenzioni, non si può che essere d'accordo, a mio avviso. Specie se si supera lo scetticismo - ormai perfino demodé - di chi pensa che meno Stato nella gestione museale possa aprire la strada a una sorta di bieca profanazione.

E invece sottrarre istituzioni e luoghi della cultura a logiche che nel tempo si sono rivelate immobiliste non può che dar loro nuovo respiro e soprattutto contribuire, finalmente, a rimescolare le carte e mettere al centro qualcuno che negli anni è stato indebitamente (e assurdamente) marginalizzato, e cioè il visitatore.

Già, chi è costui? Qualcuno per il quale abbiamo il dovere di pensare e realizzare servizi efficienti e formare personale aggiornato e accogliente: non custodi del tempio ma accompagnatori di quello sviluppo del pubblico (audience development) che è tempo di trasformare in pratica, oltre che in argomentazione convegnistica.

Il visitatore cerca un museo che sia piacevole, accessibile, sorprendente. Un luogo in cui cittadini e turisti (ecco chi sono, i visitatori) possono scambiarsi conoscenze, raccontarsi storie, condividere impressioni e scoprire emozioni.

Allora, come dev'essere il museo del futuro? A mio modo di vedere, una specie di rivoluzione spazio-temporale, in cui passato e presente, memoria e contemporaneo, interagiscono. Non una cattedrale per iniziati ma un luogo aperto in cui arte e scienza dialogano di nuovo, come accadeva un tempo: "nessun museo è un'isola", non una monade né un solitario frammento, ma il nodo di un sistema diffuso di educazione culturale, innovazione e coesione sociale.

Di fronte a questo, che importa al visitatore se il museo è statale, comunale o provinciale? L'obiettivo è quello che abbiamo descritto. Ben venga quindi la gestione manageriale, senza se e senza ma.

La Repubblica – Cronaca di Torino 5 maggio 2014

21. LA CULTURA IN OSPEDALE È MEGLIO DEI FARMACI

Cosa c'entra la cultura in ospedale? La risposta è semplice: fa bene alla salute. Come ormai riconosciuto della ricerca scientifica, in primis dalle neuroscienze, la qualità dell'ambiente è qualità della vita, favorisce i processi di guarigione, ne riduce i tempi, con benefici per i pazienti e per le finanze pubbliche. E la partecipazione culturale attiva contribuisce a prevenire molte patologie, generando inclusione sociale e dinamismo. Un welfare a base culturale e di ispirazione europea. In Finlandia i medici già prescrivono ai pazienti eventi culturali al posto dei medicinali, in Italia manca ancora un indirizzo strategico ma qualcuno ha già iniziato a sperimentare.

Così succede che il S. Anna di Torino, il più grande e antico ospedale ginecologico ed ostetrico d'Europa, segni accanto ai suoi importanti primati scientifici anche quello di stare al centro di una piattaforma che riunisce oltre dieci istituzioni culturali di primo piano per mettere in comune la ricerca, l'esperienza e la progettualità su "Cultura e Salute" e avviare un "Cantiere dell'Arte" che sta trasformando la percezione degli spazi più frequentati in "giardini fioriti". Il tutto senza un euro dalle casse pubbliche.

I nostri Musei non potevano mancare all'appello e Palazzo Madama su tutti. Perché rappresenta l'identità di Torino, ma soprattutto perché crediamo che esattamente in progetti come questi prenda forma quell'idea dell'arte che va incontro ai cittadini nel loro quotidiano, anche nei luoghi e nei momenti della vulnerabilità.

E la nostra prima "inviata speciale" è la signora della fotografia del XX secolo, Eve Arnold, che si è spostata da Palazzo a Via Ventimiglia 3, l'ingresso storico del S. Anna. Proprio lì, ci sono ora i suoi ritratti e i celebri scatti del progetto "Five minutes baby", che nel 1959 con il magazine statunitense Life commossero il mondo raccontando i primi cinque minuti dei nascituri, ad accogliere idealmente i pazienti.

Ma il benvenuto di Eve Arnold è solo la prima pietra di un museo immaginario, il primo passo di un percorso che si svilupperà nei prossimi mesi, anche in collaborazione con Magnum Photo, partner del museo. Come sempre, stay tuned!

La Repubblica – Cronaca di Torino 12 maggio 2014

22. SE IL PUBBLICO NON VA AL MUSEO IL MUSEO VA AL SUPERMERCATO

Andy Warhol ha detto: “Nel futuro, tutti i musei diventeranno grandi magazzini, e tutti i grandi magazzini diventeranno musei”. Profezia certamente un po' provocatoria ma non priva di verità. Almeno per la nostra città, dove da oggi la “conquista” del pubblico passa anche attraverso un accordo tra la Fondazione Torino Musei e uno dei luoghi più frequentati della città: il centro commerciale Le Gru di Grugliasco.

Proprio così: se il pubblico (o almeno un parte di esso) non va ai musei, i musei vanno al pubblico. Come? Per cominciare, con l'ingresso ridotto a Palazzo Madama, alla GAM, al MAO e alla Rocca del Borgo Medievale, per i circa 52.000 titolari della tessera GruKey.

Non solo. Le Gru si sono "vestite" d'arte: la Camera di Madama Reale di Palazzo Madama, la facciata della GAM, la Sala dei Samurai del MAO e la vista panoramica del Borgo Medievale riprodotte su giganteschi pannelli all'interno del centro accompagnano i suoi frequentatori. E i più interessati potranno avere subito più informazioni leggendo con i loro smartphone i QRcode che consentono di connettersi in tempo reale con i siti internet dei musei.

Siamo orgogliosamente i primi, ma speriamo di non restare gli unici. La collaborazione tra musei e un centro commerciale è una novità nel nostro paese, ma in alcuni dei più importanti musei europei l'idea di raggiungere nuovi pubblici anche attraverso la GDO ha fondato molti progetti di successo, come quello popolarissimo del Rijksmuseum di Amsterdam, il museo più importante d'Olanda, che ha promosso la sua riapertura attraverso un video (un web-must) in cui in cui La Ronda di Notte di Rembrandt prende magicamente vita proprio all'interno di un centro commerciale.

Non solo più pubblico, quindi, ma più pubblici: con questo accordo si fa un altro passo per quell'audience development che sentiamo come una delle missioni più importanti, perché i musei e il loro straordinario patrimonio siano sempre più accessibili, aperti e interattivi con le realtà che li circondano. Fuori dai templi e dall'elitarismo, i musei devono uscire da se stessi e investire la città (e i cittadini) di arte.

La Repubblica – Cronaca di Torino 19 maggio 2014

23. ART-BONUS LA SVOLTA DEI PRIVATI

La settimana scorsa è arrivato il decreto del Ministro Franceschini, risposta attesa - non senza apprensione - ad un consistente numero di questioni aperte che hanno animato negli ultimi mesi il dibattito sulle politiche culturali nazionali. Prima fra tutte quella legata al ruolo dei privati, sul quale il Ministro aveva annunciato già poco dopo il suo insediamento di voler imprimere un'accelerazione. E la "rivoluzione", come è stata definita, passa dalla strada che più volte abbiamo indicato come maestra: quella delle agevolazioni fiscali sulle donazioni, che rimette finalmente l'Italia in pari con il resto d'Europa.

L'art-bonus è una mossa necessaria e lungimirante, che testimonia la capacità (e la volontà) di superare quei "tabù post-ideologici" dai quali il nostro patrimonio non ha tratto davvero alcun beneficio. Anzi.

Ma se stiamo finalmente imparando a guardare lontano, serve più che mai non abbandonare questa via.

Laddove il Ministero - sburocratizzato a dovere - sia in condizioni di esercitare pienamente il suo ruolo di garanzia, bisogna, per esempio, sempre più affidare ai privati le gestioni dei servizi, aprendo il mercato attraverso gare di evidenza pubblica semplificate al massimo e un costante e puntuale controllo della qualità dell'esecuzione.

Con un Ministero vigile ma più "libero", l'apertura al contributo dei privati non corrisponderebbe, come molti temono, ad una sorta di selvaggia deregulation, ma potrebbe invece rappresentare un volano per la creazione di plusvalore occupazionale, innovazione e crescita economica e sociale a base culturale.

Come ho più volte sottolineato, il coinvolgimento dei privati non può assumere la sola forma della filantropia culturale: il dialogo pubblico-privato va sdoganato non solo nella logica del reperimento delle risorse economiche, ma piuttosto dell'investimento territoriale condiviso, dello scambio di expertise e competenze, dell'ampliamento delle professionalità coinvolte. Revolution must go on.

La Repubblica – Cronaca di Torino 26 maggio 2014

24. ARRIVA IL DECRETO CULTURA: QUALCOSA SI MUOVE

Primo passo. Così pochi giorni fa il Presidente del Consiglio ha definito il Decreto Cultura, lasciando intendere (o almeno, ce lo auguriamo) che altro è da venire per dare una scossa al settore e provare a liberarlo da quelle patologie cronicizzate che alimentano periodici quanto irrisolti allarmi in proposito. Leggasi: spesa pubblica per la cultura, fruizione culturale, investimenti privati, ecc.

A distanza di poche ore - pur prevista - è arrivata la lettera del ministro Franceschini ai direttori dei musei con la quale si sancisce un passaggio storico, e cioè la riassegnazione degli introiti ai musei stessi, "saltando" il passaggio dal fondo unico presso il Ministero dell'Economia e affermando finalmente un criterio di premialità che prevede l'assegnazione di maggiori risorse a chi realizzi migliori performance, quantitative (numero di biglietti staccati), e qualitative (valorizzazione degli spazi). In altre parole, a chi gestisca più efficientemente ed efficacemente l'offerta culturale.

Qualcosa si muove, quindi, e sembra farlo verso un nuovo protagonismo della gestione: l'occasione è buona per ricordare che un altro salto in avanti sarebbe quello della liberalizzazione di orari e biglietti e della trasparenza dei bilanci.

Se a questo promesso cammino verso un nuovo dinamismo aggiungiamo la "rivoluzione" *Art Bonus*, si può perfino ipotizzare che si intraveda la luce in fondo al tunnel. Fino a ieri, lo sappiamo bene, il gioco non valeva la candela, ma con il 65% (detraibile in tre anni) di credito di imposta per imprese e privati sulle donazioni, non solo l'Italia si riporta su standard europei ma di fatto riveste di nuova attrattività i suoi beni culturali. La cultura è finalmente più *smart*, come direbbe qualcuno?

Cari investitori, giù le barricate allora, e rimbocchiamoci le maniche. Il patrimonio (non) aspetta.

La Repubblica – Cronaca di Torino 2 giugno 2014

25. MUSEI TORINESI A CONFRONTO CON IL MONDO

What's next? È la domanda cui cercheranno di rispondere i partecipanti alla sesta edizione di MuseumNext, la conferenza internazionale sul contributo dell'innovazione e delle tecnologie in ambito museale e culturale che si terrà in Scozia tra poco più di una settimana.

Tra gli Speakers, lo diciamo non senza una punta di orgoglio, ci sarà anche la web digital manager della Fondazione Torino Musei, Carlotta Margarone, a raccontare e confrontare la nostra innovation experience con quella di altre importanti realtà internazionali.

Il terreno sarà quello fertilissimo di un checkpoint su dove siamo, cosa abbiamo fatto e cosa ancora c'è da fare. Come segnalano gli organizzatori e più volte abbiamo detto, il pubblico della cultura sta cambiando, e stanno cambiando i suoi desideri: i visitatori dei musei di tutto il mondo non si aspettano più di essere investiti dalla divulgazione ma piuttosto di partecipare alla generazione e allo scambio di contenuti e impressioni.

In questo scenario, la promozione culturale cessa di avere senso se non a sua volta interessata da un profondo cambiamento. Fruizione (anche) immateriale e platea (potenzialmente) globale inducono un mutamento dei linguaggi che diventano – eccoci alla novità - funzioni del mezzo (che è il web) e del tempo.

Nowism, lo chiama Bauman, l'immediato che è necessario, perché trascorso l'attimo ciò che è, è già stato. Il presente è passato? E allora il futuro è già qui, ed è connesso.

Allora, se l'hic et nunc la fa da padrone, la sfida è innanzitutto esserci - e in questo il nostro Paese ha ancora da recuperare - ma non solo: serve anche esserci con una presenza di qualità.

Non semplici "social invaders" alla rincorsa del pubblico, i musei hanno piuttosto il dovere di essere stimolatori di opinioni, moltiplicatori di conoscenze, vettori di creazione. Nuclei esplosivi di *culture generated contents*. That's what's next.

La Repubblica – Cronaca di Torino 9 giugno 2014

26. NON PERDETEVI I MAESTRI DELLA LUCE

Il 2015 sarà l'Anno Internazionale della Luce, proclamato dalle Nazioni Unite. Obiettivo dell'iniziativa, sostenuta da organizzazioni scientifiche di tutto il globo, far comprendere il ruolo centrale dell'elemento luminoso nella modernità.

In tutto il mondo scienziati e ricercatori festeggeranno ricorrenze speciali come il millenario dei primi studi di ottica, le ricerche di Einstein sull'effetto fotoelettrico e molto altro. Giù dunque di tecnica, tecnologia e scienza e relative applicazioni per l'energia, l'ambiente, l'agricoltura, le comunicazioni, la salute.

E l'arte? Esisterebbe, senza la luce? André Derain diceva che "la luce è la sostanza della pittura". Le Corbusier, che l'architettura è "il gioco sapiente, rigoroso e magnifico dei volumi sotto la luce". Man Ray che nella fotografia "La luce può fare tutto".

Ne sappiamo qualcosa nella nostra città, illuminata da sedici anni di quelle Luci d'Artista amate dai torinesi, apprezzate in tutto il mondo e diventate ormai un vero e proprio simbolo.

Ed è proprio per questa ragione che - un po' in anticipo sul calendario dell'ONU - abbiamo deciso di proporre ai visitatori della Galleria d'Arte Moderna un programma a tema.

A cominciare dai due ospiti d'onore di questo periodo della GAM, Ettore Spalletti e Caravaggio a colloquio con la mostra *Un giorno così bianco, così bianco, e Il ragazzo morso dal ramarro*: i due maestri di luce si fermeranno a Torino ancora per poco, fino al 29 giugno, perciò affrettatevi se non volete perdere l'occasione unica di ammirare questi capolavori.

Ma c'è anche di più, alla GAM: un "excursus sulla luce" che si dispiega in un ciclo di appuntamenti dedicati alla sua relazione con la filosofia, la natura, la fotografia e l'architettura, in quattro diversi incontri tenuti da personaggi come Armando Massarenti, Massimo Inguscio, Federico Scianna e Michele De Lucchi.

Scriveva Platone: "Possiamo perdonare un bambino quando ha paura del buio. La vera tragedia della vita è quando un uomo ha paura della luce". Per sventare il pericolo, in attesa del 2015, ci portiamo avanti (come ci piace fare). Più veloci della luce?

La Repubblica – Cronaca di Torino 16 giugno 2014

27. L'INNOVAZIONE (RICONOSCIUTA) DEL MUSEO DEL CINEMA

Quella appena trascorsa è stata una settimana in cui Torino ha raccontato molto di sé. Se qualcuno non se n'è accorto – ed è un vero peccato - è perché è accaduto di là dalla Manica, dove alla nostra città è stata riconosciuta una vocazione all'innovazione della quale forse non tutti i torinesi sono consapevoli fino in fondo, e che invece merita attenzione.

È così che la pensano alla conferenza internazionale MuseumNext sul contributo delle tecnologie in ambito museale e culturale che si è chiusa la scorsa settimana in Uk, della quale i nostri musei sono stati protagonisti insieme a realtà analoghe di tutto il mondo .

E da protagonisti, sono stati premiati.

Proprio così: noi italiani, noi torinesi, sempre lì con il dubbio che l'innovazione tradisca la memoria e comprometta l'Umanesimo, ecco che siamo stati tra i più bravi nel proporre progetti di tecnologia applicata al patrimonio.

È il caso del Museo del Cinema, che sull'impiego del digitale per aumentare l'accessibilità delle collezioni ha ottenuto la menzione speciale e il commento entusiasta dell'organizzatore della conferenza, Jim Richardson, che si è augurato che il museo possa essere da "esempio e ispirazione" per i "colleghi" italiani.

Niente male, se pensiamo poi che la stessa manifestazione ha prestato orecchio e interesse alla relazione della nostra Carlotta Margarone, la web digital manager della Fondazione Torino Musei invitata a portare a Newcastle l'esperienza di Palazzo Madama.

Esiste allora un sistema Torino nel settore museale che ha deciso (ha capito) che l'innovazione è la strada per la migliore versione del cambiamento, e cioè il progresso? Sembrerebbe di sì. E sembra aver imboccato una via fortunata, a giudicare da come ci vede il mondo.

Ma vorrei assicurare chi mostra ancora qualche preoccupazione: non si tratta certo di un cavallo di Troia verso il relativismo o la profanazione del patrimonio, ma piuttosto di un sentiero lastricato di idee, creatività, talento che generano soluzioni e producono valorizzazione.

Ha detto qualcuno "il problema non è mai come farsi venire in mente qualcosa di nuovo e innovativo, ma come eliminare le convinzioni vecchie"*. Bene, here we are.

La Repubblica – Cronaca di Torino 23 giugno 2014

28. UN'ESTATE NEI LABORATORI DEI MUSEI PER I BAMBINI E LE LORO OPERE D'ARTE

Chi ne ha in casa sa bene che l'agenda di bambini e ragazzi durante l'anno è serrata quasi come quella di un top manager, popolata com'è dai più vari impegni tra studio, sport (quasi sempre più di uno), lezioni di musica, amici, ecc.

D'estate, con la chiusura delle scuole, anche per i più piccoli i ritmi sono meno incalzanti. Prima delle vacanze (per chi le fa) nel tempo trascorso in città qualcuno di loro arriva perfino ad annoiarsi, e ai genitori - ancora al lavoro - tocca il non sempre facile compito di proporre una soluzione.

Nei musei, abbiamo fatto l'abitudine - da tenere sempre viva! - alle classi accompagnate dagli insegnanti che arrivano durante l'anno per visite collegate ai loro programmi scolastici, ma questo è solo uno dei modi per portare i ragazzi nelle nostre sale e fare didattica.

Per la Fondazione Torino Musei, infatti, i più piccoli sono un pubblico eletto, convinti come siamo dell'importanza di coltivare l'educazione alla cultura fin dalla giovanissima età. Nel modo giusto, però. E cioè intercettando le loro energie esplosive e guidandoli attraverso esperienze e piccoli progetti culturali da protagonisti.

È quello che succede con le attività e i laboratori dei nostri centri estivi, dove i bambini possono trascorrere le loro giornate dedicandosi a sperimentare, giocando e realizzando la loro "opera d'arte", mentre i ragazzi più grandi si fanno ispirare da Calder e Melotti per realizzare il loro oggetto sospeso alla GAM.

O ancora, possono vivere, insieme ai genitori, le atmosfere del mito di Tanabata Matsuri con una visita speciale alla galleria Giappone del MAO, o viaggiare attraverso i tesori del Portogallo a Palazzo Madama guidati dal piccolo architetto portoghese Josè, tra fiaba e creazione.

Tutti i bambini sono degli artisti nati, il difficile sta nel farlo da grandi, diceva Pablo Picasso. Ma la verità è che sia che lo diventino o no, i più piccoli possiedono una capacità di cogliere la bellezza e la qualità dell'arte che li rende "maestri" anche per noi adulti che da soli - qui invece a parlare è il più adulto dei bambini o il più bambino degli adulti, il Piccolo Principe - non capiamo mai niente.

La Repubblica – Cronaca di Torino 30 giugno 2014

29. LA DONNA E LA SCUOLA UN ARGOMENTO DI ATTUALITÀ

Da qualche settimana fa il giro della rete lo spot ben confezionato da una telco americana sul talento scientifico femminile, mortificato ancora oggi - perlopiù per abitudine – dalla tendenza dei genitori a riservare alle ragazze un certo tipo di linguaggio, tutto “estetico”, e a scoraggiarle da attività manuali o tecniche marchiate tipicamente come maschili. E così Samantha, la protagonista, cresce tra un invito a non sporcarsi il vestito e uno a passare a suo fratello il giravite elettrico con cui sta completando un modellino. Risultato, secondo la compagnia, è che se il 66% delle bambine delle scuole elementari americane dichiara di amare scienza e tecnologia, solo il 18% di loro decide di iscriversi alla facoltà di ingegneria.

Sceglie di occuparsene anche Google, che proprio in questi giorni ha annunciato di voler finanziare con 50 milioni di dollari “Made with code”, l’iniziativa rivolta ad aumentare l’accesso delle donne alle scienze informatiche, crollato negli USA dal 37% del 1984 al 12% di oggi. Insomma, numeri da recuperare.

In ambito culturale, una volta tanto, la controtendenza è di segno positivo. “Le donne devono fare qualunque cosa due volte meglio degli uomini per essere giudicate brave la metà. Per fortuna non è difficile”, diceva Charlotte Whitton. Provocazione raccolta – finalmente - in questo angolo del globo, a Torino e in Piemonte in particolare, dove un numero crescente di caselle, nelle istituzioni e non solo, sono occupate da donne, da ultimo l’Assessorato regionale andato ad Antonella Parigi.

Ed è la stessa programmazione culturale a tingersi di rosa: #Gopink è l’hashtag con cui abbiamo scelto, poco prima dello scorso 8 marzo, di lanciare una serie di iniziative dedicate al mondo femminile: Eve Arnold, Artemisia Gentileschi, ora Tina Modotti ospiti di Palazzo Madama, che è diventato, possiamo dirlo con orgoglio, il simbolo di questo percorso di successo.

Ma il tema è globale e non è certo tempo di accontentarsi delle buone pratiche e smettere di raccontarlo. Per questo sarà proprio Palazzo Madama, insieme alla GAM, una delle sedi che ospiteranno il prossimo settembre l’incontro internazionale promosso dall’UNESCO “Etica Globale e Pari Opportunità: il contributo delle donne allo sviluppo dell’Europa e del Mediterraneo”. Altri numeri, stavolta: 493 milioni di analfabete nel mondo, per citare un solo dato. Segno che c’è ancora molto di cui parlare. A partire da adesso, e da qui.

La Repubblica – Cronaca di Torino 7 luglio 2014

30. MUSEI DI TORINO UN VIAGGIO NEL MONDO

Ci siamo: in questo singhiozzante ingresso nell'estate, in cui il meteo incerto (e per qualcuno, i mondiali di calcio) ci ha tenuto in casa più del dovuto, in un modo o nell'altro, è arrivato il tempo delle vacanze. Qualcuno è ancora indeciso sulla destinazione, qualcun altro è già alle prese con i preparativi e altri ancora, a malincuore, forse dovranno rinunciare.

Viaggiare è di certo una delle ragioni per cui vale la pena di vivere, ma se c'è una cosa che ci ha insegnato la modernità, è che lo si può fare in tanti modi. E da noi a Torino ce ne sono, di esempi.

Proprio così: questa città che si riscopre e torna oggi a raccontarci la sua (e la nostra) identità – tra palazzi regali e piazze storiche, aree post-industriali e quartieri sempre più multietnici – è capace allo stesso tempo di raccontarne tante altre.

Come? Con i suoi musei e la sua programmazione culturale. Nel quadrilatero romano, per esempio, c'è il MAO a condurci fino in Giappone, passando per il Medio Oriente e l'India. Per non dire del Museo Egizio, fiore all'occhiello per il Paese. Un patrimonio così straordinario per il quale ebbe ben ragione di scrivere Champollion *“La strada per Menfi e Tebe passa da Torino”*.

Non meno emozionante, tra questi magici andirivieni spazio-temporali che la nostra città è in grado di proporci, è la fastosa bellezza della Venaria Reale, che più in avanti, in autunno, ospiterà un'epica carrellata di armature di tutto il mondo, dalla Germania fino al Giappone: un invito a liberare la fantasia in luoghi e tempi lontani.

Bisogna vedere quel che non si è visto, vedere di nuovo quel che si è già visto, diceva un viaggiatore appassionato, José Saramago. E proprio al Portogallo è dedicata la programmazione estiva della Fondazione Torino Musei. Tra Palazzo Madama e la GAM, l'Estate Lusitana a Torino si anima di arte antica e contemporanea, architettura e musica, in un itinerario che dallo *Sguardo selettivo* di Joao Sarmiento conduce fino alle note del fado suonate dal vivo da Custodio Castelo.

E allora se non vi siete ancora organizzati, o dovete ancora aspettare per partire, non perdetevi d'animo e guardatevi intorno: a Torino, state già viaggiando.

La Repubblica – Cronaca di Torino 14 luglio 2014

31. SULLA CULTURA L'EUROPA CHIAMA E TORINO RISPONDE SEMPRE

È iniziato il semestre europeo di presidenza italiana, e non si può non parlarne. Specie nelle settimane dell'annuncio che – con una rivoluzione nell'agenda – sarà Torino ad ospitare l'incontro tra i ministri europei della cultura, il prossimo 23 e 24 settembre.

Ancora una grande occasione, dunque, e a chiamare stavolta è l'Europa

Protagonista dei grandi eventi del periodo lo sarebbe stata anche secondo il programma iniziale, che prevedeva che da noi si tenesse il l'omologo summit sul lavoro. Ma pur restando indiscussa l'importanza – e la contiguità, non dimentichiamolo - dei due temi, non può sfuggire che quest'inversione ricalca l'evoluzione identitaria della nostra città e scolpisce nella pietra, agli occhi del Paese e dell'Europa, il risultato di quel processo lento ma costante che ha attraversato Torino negli ultimi anni e che le assegna oggi la cifra di "città della cultura": per la sua cittadinanza, per i suoi visitatori, ma anche per le istituzioni nazionali e internazionali.

E se "obiettivo della Presidenza sarà quello di portare la cultura e il patrimonio culturale al centro della strategia europea" e "La Presidenza si concentrerà sul valore trasversale della cultura e della creatività in tutte le politiche dell'UE e sosterrà l'importanza della cooperazione culturale e del dialogo interculturale nell'affrontare le sfide sociali" (si legge nel documento programmatico del semestre italiano), Venaria – dove si terrà il meeting – e i tanti luoghi della città in cui cultura e creatività hanno contribuito a determinare il cambiamento non faranno semplicemente da cornice decorativa al dibattito, ma rappresenteranno piuttosto un ecosistema dinamico, e il "modello torinese" un'ispirazione per l'elaborazione di politiche di lungo periodo - a ricaduta sociale, economica, occupazionale - in cui dal patrimonio culturale si irradiano nuove strategie di sviluppo, innovativo e sostenibile, a beneficio dell'identità dei territori ma anche della loro competitività e attrattività globale.

L'Europa chiama? Torino, ancora un volta, risponde.

La Repubblica – Cronaca di Torino 21 luglio 2014

32. L'AGENDA DI SETTEMBRE RIPARTE DAL VERTICE UE DI VENARIA

Agosto è alle porte. Forse non ci fermeremo tutti, o qualcuno si fermerà “un po' meno” che in passato, ma quello che è certo è che abbiamo davanti qualche settimana a un'altra velocità.

Che si resti in città - per i distratti, non più di due settimane fa abbiamo passato in rassegna una parte della programmazione culturale estiva: nessuno si senta abbandonato! - o che si parta per destinazioni vicine o lontane, la parola d'ordine è liberare la mente e ricaricarsi, in vista del restart autunnale e di settembre in particolare, mese della ripartenza di tutte le agende.

E a proposito di agende, il calendario degli appuntamenti per il mondo della cultura a Torino sarà a dir poco scoppiettante. Per salutarci prima della pausa e non lasciarci sfuggire nulla, allora, ecco il mio veloce promemoria.

Dell'occasione più istituzionale di tutte abbiamo parlato appena una settimana fa: Venaria ospiterà il vertice dei ministri della cultura europei, a confronto per fare il punto (nell'ambito del semestre Ue di presidenza italiana) sul futuro delle politiche culturali. Occasione che certifica il ruolo di Torino nel panorama nazionale e internazionale, quando si tratta di cultura.

Ruolo confermato una volta ancora, a seguire, dalla conferenza degli istituti italiani di cultura organizzata da AICI insieme all'Università di Torino. Un incontro che lascerà agli atti una “Carta di Torino” e che affronterà un tema che molte volte abbiamo segnalato come fondamentale, recentemente toccato anche dal Ministro Franceschini: quello dell'alleanza tra cultura e ricerca per lo sviluppo.

Chi ha seguito l' “année en rose” della Fondazione Torino Musei, poi, sa che il tema è presidiato. Ma è in arrivo un'occasione in più, e molto importante, per parlare di donne: è il convegno internazionale UNESCO “Etica globale e Pari Opportunità” di cui proprio Palazzo Madama e la GAM ospiteranno alcune sessioni.

In sottofondo – si fa per dire – ripartirà la programmazione culturale cittadina e tornerà tra l'altro la notte bianca dei musei.

Memorizzato tutto? È vero, il rientro non è mai facile, ma a Torino, quest'anno una volta di più, ne varrà la pena. Per ora però, godetevi l'estate. Da parte mia, buona pausa a tutti voi!

La Repubblica – Cronaca di Torino 28 luglio 2014

33. E TORINO EUROPEA SI TINGERÀ DI BLU

L'avevamo annunciata prima della pausa estiva e ora ci siamo. Partita nel weekend appena trascorso, per sette giorni la Settimana della Cultura di Torino sarà il momento clou di un'agenda decisamente intensa che raggiungerà il suo apice istituzionale (e non solo) domani e dopodomani con il vertice dei ministri europei della cultura a Venaria.

Non si può certo negare che ci sia eccitazione nell'aria per questo incontro che riconosce una volta di più alla nostra città la sua vocazione culturale, e le assegna una postazione speciale nel panorama europeo. Già quartier generale, negli ultimi anni, di tante riflessioni, novità e veri e propri "movimenti" (che si trattasse di istituzioni culturali, di patrimonio artistico o di Industrie culturali e creative), Torino imprime ancora una spinta alla sua mutazione genetica da città quasi esclusivamente industriale ospitando oggi i più alti livelli del confronto e della decisione politica, quelli dei responsabili europei dei dicasteri culturali. Sotto il cappello – e la guida, naturalmente – della Presidenza italiana del Semestre Ue.

Profili istituzionali a parte, il fermento europeo non si fermerà alle ore diurne ma anzi "sublimerà" in una cornice estetica speciale, la Notte Blu.

Torino si tingerà del colore dell'Unione, che è anche quello dell'evocazione chagalliana, della profondità di Kandinskij. Il colore del sogno, forse non a caso il preferito da oltre il 50% degli europei.

Sarà il blu, in giro per la città, a fare da sfondo all'apertura straordinaria con accesso gratuito di musei e mostre, inclusi naturalmente Palazzo Madama, GAM e MAO.

Il blu "vestirà" la città, trasmettendo il messaggio della bandiera Europea: pace e fratellanza, storia e radici culturali comuni, ma anche il colore del logo del world wide web il " pianeta azzurro" dell'innovazione e delle sfide tecnologiche. Tutto questo promette di essere la notte della cultura di Torino tra il 23 e il 24 settembre. Non mancate.

La Repubblica – Cronaca di Torino 22 settembre 2014

34. COSÌ I RAGAZZI RACCONTANO IL PATRIMONIO DEI NOSTRI MUSEI

Nella sua definizione in termini di diritto una Fondazione è un ente istituito per l'attuazione di uno scopo - possibile e lecito - di utilità generale

Eppure la parola "Fondazione" in Italia è spesso associata a situazioni un po' ingessate, talvolta retrò, con finalità sfumate, simboliche, e in ambito culturale talvolta quasi di rappresentanza.

Ma la funzione vera di queste realtà è di realizzare un obiettivo collettivo decifrando la domanda (anche quando non esplicita) che proviene dalla cittadinanza, e anche raccogliendo stimoli e sollecitazioni - con lo sguardo sempre affacciato sul mondo - per costruire una proposta nuova.

E' questa la mission che attribuiamo alla Fondazione Torino Musei, che non si realizza solo nella nostra programmazione ma anche nei progetti che proponiamo, al centro dei quali ci sono spesso i giovani.

Oggi arriva una conferma in più: la collaborazione con il World Education Program Teacher Assistant che prevede la presenza nelle scuole piemontesi di assistenti madrelingua provenienti da diversi paesi del mondo.

Ecco cosa accadrà: i ragazzi diventeranno protagonisti dello storytelling dei musei della Fondazione che animerà i nostri canali social. Saranno loro a raccontare il patrimonio, a descriverlo con il loro linguaggio e a portare parole nuove, le stesse che a loro piacerebbe ascoltare.

Un'esperienza di valore utile non solo per gli studenti che accoglieremo, che avranno l'opportunità di mettersi alla prova come "narratori culturali", ma anche un'occasione per i nostri musei che potranno confrontarsi con i loro suggerimenti e la loro creatività, raccogliendone domande, proposte e curiosità.

Cultura, formazione e rete con il territorio, in questo caso attraverso la partnership con il Liceo D'Azeglio. In una sola, tre mosse per lo sviluppo. Mission(e) compiuta.

La Repubblica – Cronaca di Torino 29 settembre 2014

35. CULTURA, CHANCHE DALLE CITTÀ METROPOLITANE

Anche a Torino come in altre città d'Italia siamo vicini al voto per l'elezione del Consiglio delle città metropolitane. Si accantona la stagione delle Province, a favore di un progetto dal quale si attendono effetti non solo sul piano territoriale, amministrativo e burocratico ma soprattutto in termini di qualità: sulla carta, questa trasformazione può rappresentare un vero e proprio salto verso il modello europeo delle smart cities (per inciso, nella programmazione UE 2014-2020 alle cosiddette "agende urbane" sarà destinato il 5% dei Fondi Strutturali da gestire direttamente: un buon inizio).

Se è proprio al livello europeo che va posto il tema della competitività delle aree metropolitane, ognuna di esse dovrà tracciare la sua traiettoria di trasformazione in città intelligente secondo le priorità più vicine alla propria vocazione.

Certo per tutte ci saranno da affrontare questioni essenziali come la mobilità, l'ambiente, le infrastrutture, ma quale potrà essere tra i possibili assi di sviluppo quello portante per le realtà italiane, inclusa Torino?

Ancora una volta, a mio avviso, la cultura e il patrimonio, ovvero ciò che già oggi le rende (ci rende) "intelligenti".

Cultura e patrimonio da mettere al centro di processi di innovazione, ricerca, riqualificazione delle periferie, perché non va dimenticato che se il 40% della ricchezza, come si stima, proviene dalle aree metropolitane, esse sono anche il luogo a più alto potenziale di esclusione sociale ed emarginazione.

Cultura e patrimonio da valutare nel loro impatto sullo sviluppo, per definire politiche e progettare azioni coerenti, perché sulla gestione consapevole di questi asset si gioca l'unica possibilità di costruire una leadership internazionale per le nostre città, da sostenere attraverso gli strumenti della valorizzazione, della digitalizzazione e delle sinergie tra pubblico e privato.

A Torino dire "città" già disegna un'identità forte. Il Comune è il "Palazzo di città" e quando delibera qualcosa i torinesi dicono "la Città ha deciso", sottolineando un senso di comunità e di responsabilità per la rappresentanza. La nostra, lo sappiamo, è già una città in trasformazione. Quella delle aree metropolitane è un'occasione in più per un'estensione "smart" di questo senso di comunità e di costruzione di un'identità più forte e competitiva, in cui Torino può scambiare ricchezza con le aree che la circondano e fare da traino ad un nuovo sviluppo, più moderno e intelligente.

La Repubblica – Cronaca di Torino 6 ottobre 2014

36. BORGO MEDIEVALE. UN ANNO DOPO RIPARTIAMO DA LÌ

È trascorso poco meno di un anno (di già!) da quando ha preso il via la piacevole consuetudine di questo incontro settimanale con i lettori torinesi; abbiamo parlato di arte e cultura da tanti diversi punti di osservazione e attraversato il patrimonio della nostra città (e non solo) in lungo e in largo.

Oggi però mi fa particolarmente piacere tornare nel punto esatto da cui eravamo partiti, il luogo che per le sue fiabesche suggestioni ha occupato (meglio: ispirato) per primo questo spazio di appuntamenti con il nostro territorio e il suo patrimonio culturale.

Si tratta di quel “piccolo e magico mondo racchiuso da mura merlate”, che è il Borgo Medievale: come molti sanno, qualcosa di più di un complesso museale, un’intuizione speciale e un po’ visionaria di fine Ottocento che non è solo la ricostruzione di un tempo e di uno spazio, ma di un luogo vivificato da botteghe artigiane, giardini, animali.

Torno a parlarne volentieri per invitare ancora una volta tutti i lettori a conoscere o a tornare a visitare i suoi 1520 mq di percorsi allestiti, la bellezza dei suoi 27 edifici, l’unicità del suo pregiato giardino medievale, e a frequentare le attività e i laboratori per scuole e famiglie organizzati gratuitamente dalle botteghe. Come quella del ferro di Mastro Corradin, o la Stamperia di Mastro Cerrato in cui scoprire le professioni antiche e sperimentare tradizioni e tecniche artigianali.

Tutti i giorni dell’anno, si può raggiungere il Borgo e vivere la magia dei suoi scorci, magari in occasione di uno dei molti eventi organizzati al suo interno dai suoi straordinari animatori.

Perché parlarne ancora? Perché il Borgo è un luogo vivo, e ogni visita è un’esperienza a sé, unica nel panorama nazionale. Con buona pace di quelle letture più sbrigative che sensazionalistiche di chi pensa, a torto, che il valore di un patrimonio così speciale possa pesarsi solo dai biglietti staccati, e propone valutazioni strumentali e fuori contesto. Tanto più utile sarebbe, se si vuol bene alla città e al suo patrimonio, raccontare tutto il buono che si fa ogni giorno, e semmai pensare insieme a come fare di più. Ma i numeri fanno più notizia, si sa (a proposito: il Borgo ha 500mila visitatori l’anno!)

La Repubblica – Cronaca di Torino 13 ottobre 2014

37. L'AUTORITRATTO DI LEONARDO VIATICO PER LE MATRICOLE DEL FUTURO

Un italiano nella Silicon Valley. Anzi due. Il luogo dove oggi si realizza la formula per il sogno americano 2.0 (o 3.0, o 4.0...), ha accolto recentemente la visita del sindaco di Roma Ignazio Marino e di Matteo Renzi, volati in rapida sequenza Oltreoceano a respirare l'atmosfera della fabbrica del futuro.

E lì, in una ex base NASA, entrambi avranno strabuzzato gli occhi e spalancato le orecchie attraversando i corridoi della Singularity University, l'accademia tecnologica e cuore pulsante della Silicon Valley che dal 2008 si è assegnata, in sostanza, la missione di cambiare il mondo ("affrontare le sfide dell'umanità", per dirla con parole loro).

E cosa ci vuole per cambiare il mondo? Ingegneri, informatici o scienziati chiusi in segrete e separate stanze a condurre studi matti e disperatissimi in cerca di inediti algoritmi? Nient'affatto. Secondo i Singularitytians la via giusta è proprio quella opposta, e cioè quella della contaminazione.

La SU è un luogo dove non esistono le specializzazioni perché le discipline sono tutte mescolate e tutti possono fare tutto: se hai deciso di frequentarla puoi studiare insieme filosofia e robotica, psicologia e nanoparticelle, economia e galassie.

È l'università del futuro - e quindi l'unica che abbia un senso per il nostro accelerato presente - dove rivive l'uomo rinascimentale, quello leonardiano, la cui mente spaziava con visionario coraggio in tutti i campi del sapere e dell'ignoto, senza paura né barriere. In quella magnifica condizione di libertà che solo la conoscenza può regalare.

In queste settimane in cui in Italia molte matricole iniziano uno dei percorsi più importanti della loro vita, l'invito che rivolgo loro è quello a essere un po' singularitytians - o rinascimentali, se preferite.

Non fermatevi alla materia di studio che avete scelto. E per farlo, visitate i nostri musei. Venite a conoscere la speciale singularity del nostro Paese, dove il passato di donne e uomini di straordinario talento è quanto di più mind-opening possiate immaginare.

E per chi poi vuole mettersi in diretto contatto con il Genio nella sua massima espressione, basta andare alla splendida Biblioteca Reale di Torino ad ammirare l'autoritratto di Leonardo da Vinci, un volto che ancora oggi ci incanta per la perfezione del segno e del significato. Si dice che guardandolo si possa diventare più intelligenti, ma solo se si è disposti ad imparare...Buon inizio!

La Repubblica – Cronaca di Torino 20 ottobre 2014

38. I SOCIAL MEDIA? SONO GIÀ LA PIAZZA DEI NOSTRI MUSEI

“Un grande museo digitale è semplicemente un grande museo progettato intorno al modo in cui le persone vivono oggi”. Parola di Nick Poole, CEO di Collection Trust, la nota organizzazione britannica che da quasi quarant'anni supporta il management di musei, gallerie, archivi e biblioteche di tutto il mondo.

Ed è così: oggi impieghiamo il digitale senza rendercene conto a supporto delle azioni abituali che scandiscono le nostre giornate, senza alcuna distinzione.

Che senso avrebbe allora cominciare a distinguere, come nota Poole, davanti all'ingresso di un museo? Perfino parlare di strategie digitali in questo ambito è obsoleto: molto più sensato parlare di strategie tout-court. Le istituzioni culturali di tutto il mondo ci stanno arrivando per gradi, chi più velocemente e con progetti molto avanzati (come quelli, per esempio, basati sull'augmented reality o sul 3D), chi con un passo più lento...ma nella direzione giusta.

Qui a Torino, nei musei della Fondazione, il cambiamento parte dalle fondamenta: nuovi websites, per cominciare, che si rinnoveranno nell'aspetto e nei contenuti per incrociare al meglio l'interesse del pubblico e accoglierlo già in rete con una user-experience efficace e divertente.

I social media, non più una novità. La vera novità è piuttosto abbracciare l'idea che essi rappresentino le nuove piazze del sapere. Su queste piazze i musei della Fondazione conservano una postazione permanente, intrecciando la strategia social con la strategia globale secondo una visione continua che dai cartellini delle opere arriva fino a Facebook e Twitter all'insegna della partecipazione e dell'interazione naturale - e non didascalica - con il pubblico.

Open Data. Primi in Italia, con OpenArte abbiamo aperto l'accesso ai nostri dati a chiunque voglia consultarli. Obiettivo trasparenza e creazione di valore (e non è finita qui, stay tuned).

Breaking news, infine, abbiamo appena sottoscritto un accordo di adesione a Google Art Project e portato i nostri musei sulla piattaforma Google dedicata all'arte e alla cultura. Anche questo è solo il primo di una serie di progetti in corso di sviluppo in partnership con la Silicon Valley: i prossimi vedranno la luce già da novembre.

“Museums morph digitally” scrive il New York Times. leggasi: rivoluzione in corso. Di qua dall'oceano, Torino c'è.

La Repubblica – Cronaca di Torino 27 ottobre 2014

39. COSÌ ARTISSIMA PUÒ APRIRE UNA FINESTRA SU NOI STESSI

All art has been contemporary. I torinesi riconosceranno queste parole: Maurizio Nannucci le ha fissate, in forma di installazione luminosa, sulla facciata della GAM (e nella nostra mente).

Ma non sarà in fondo che tutta l'arte, anche quella più antica, è contemporanea, quando essa si mostra allo spettatore? Io credo di sì. Un po' come avviene nel paradosso del gatto di Schrödinger, infatti, è l'osservazione che determina il risultato. E dunque è il pubblico a definire, nel momento in cui la sta guardando, la con-temporaneità dell'opera.

Ecco perché l'obiettivo primario di qualunque allestimento, mostra o percorso espositivo dev'essere di rendere la fruizione il più "aperta" possibile, ossia di facilitare con tutti gli strumenti a disposizione quel contatto profondo tra visitatore e opera che permette a chi osserva di trovare dentro di sé una traccia di ciò che ha di fronte, di ri-conoscere e tradurre nel suo linguaggio interiore, estetico ed emotivo, l'ispirazione e il messaggio dell'artista. L'arte non segue la dimensione storico-temporale, ma quella umana, non lineare, che rende segni e significati attuali - contemporanei - nel momento in cui questi vengono interpellati.

Ora che Artissima è in arrivo (il 7 novembre si parte) prepariamoci anche a quest'occasione secondo questa prospettiva, e ad accogliere ciò che incontreremo ricordando che l'arte contemporanea rappresenta un'opportunità di volgere lo sguardo a quelle idee, esperienze e linguaggi che sono certamente i connotati della cultura del nostro tempo, ma è anche una finestra sulla nostra interiorità. Se nihil humani alienum... allora, nulla di ciò che vedremo ci è estraneo. Non mancate.

La Repubblica – Cronaca di Torino 3 novembre 2014

40. FAREMO TORINO CAPITALE CULTURALE INTERNAZIONALE

Come writers and critics who prophesize with your pen and keep your eyes wide. The chance won't come again and don't speak too soon...For the times they're changing. Parola di Bob Dylan, rivoluzionario della musica e profeta (lui sì!) del cambiamento.

Tornano in mente spesso nelle ultime settimane in cui l'aria di Torino è impregnata di una vivacità senza precedenti. Giorni di fermento quelli di Artissima, che si è chiusa ieri con folle felici, e delle iniziative collegate, incluso il progetto *Shit an Die* firmato da Maurizio Cattelan a Palazzo Cavour. Giorni di euforia o, come è stato scritto, di grande caos sotto la Mole.

Ma è una confusione (sotto il cielo, più che solo sotto la Mole) positiva, nella quale personalmente credo molto e verso la quale invito tutti con convinzione ad abbandonare certa caustica diffidenza.

È vero, ci sono molte meno risorse. Ma queste settimane ci hanno dimostrato che ci sono molte (e nuove) idee. E le idee, come dice proprio Cattelan, sono più importanti dei soldi: sono loro a produrre ricchezza, non solo economica.

Perché questo accada però bisogna spalancare porte e finestre, lasciare scorrano e travolgano ogni cosa, libere dalla zavorra dei luoghi comuni, di rituali vuoti e liturgie obsolete che hanno fatto il loro tempo. *Don't stand on the doorway*, direbbe sempre Bob.

Alla Fondazione Torino Musei (che ha in sé i musei civici e Artissima e presto si allargherà anche ad altre strutture culturali) molto è cambiato e molto cambierà ancora. L'obiettivo, pienamente condiviso con le istituzioni e le fondazioni bancarie, è alto.

Quello che vogliamo fare è riposizionare Torino - che oggi registra consumi culturali unici nel panorama nazionale - come capitale culturale internazionale, superando la tentazione di indulgere al *not in my backyard* in nome di un passato da custodire, di inutili cautele o, peggio, di inadeguati provincialismi figli di pensieri corti. Le occasioni "globali" nei prossimi mesi saranno tante: Expo, la visita del Papa, l'ostensione della Sindone, le grandi mostre, festival, saloni del libro e del gusto, fiere.....

Lo diceva un altro genio musicale, John Coltrane: *you've got to look back at the old things and see them in a new light*. È il momento perfetto per fare il salto. Insieme.

La Repubblica – Cronaca di Torino 10 novembre 2014

41. L'ART-BONUS CI RIPROVA BUROCRAZIA PERMETTENDO

Arte e defiscalizzazione, atto secondo (o quasi). Il primo, duole ricordarlo, non ha emozionato. A distanza di qualche mese dal varo dell'Art-bonus, infatti, non si può dire che sia stato un successo. Anzi, lo stesso Ministro Franceschini ha segnalato una scarsa reattività delle imprese al provvedimento. Ma a ben vedere non è a loro che si può addossare la colpa: se non è scattata la corsa all'investimento culturale da parte dei privati (un tempo guardata con sospetto, oggi agognata quasi come un'ancora di salvezza) è per ragioni precise, che non risiedono nella mancanza di volontà o interesse dei possibili beneficiari del bonus, quanto nella coltre burocratica che lo avvolge e che sembra celare - lo confermano alcune simulazioni apparse di recente sul Sole 24 ore a cura dello Studio Piergiorgio Re di Torino - una convenienza ridotta rispetto allo sforzo titanico di affrontare le procedure per ottenere gli sgravi. Con buona pace, per il momento, del patrimonio artistico e culturale e della nuova stagione di partecipazione e consapevolezza che si è detto di voler inaugurare.

Qual è oggi l'atto secondo? La notizia che i contribuenti possano assolvere ai loro doveri fiscali donando opere d'arte di valore attestato da una Commissione interministeriale ad hoc. Si tratta piuttosto di un *sequel*, perché rispolvera una legge disponibile da oltre trent'anni e rimasta quasi inapplicata, con la suddetta Commissione che ha lavorato a corrente alternata e che d'ora in poi dovrebbe tornare ad una più regolare operatività proveniente dalle "forti potenzialità della norma", secondo il Ministro.

Ma ben venga, ancora una volta disponiamo gli animi alla massima fiducia e troviamoci pronti: per i collezionisti torinesi questa potrebbe essere l'opportunità di diventare mecenati e arricchire il patrimonio comune con il loro contributo, donando ai musei - e quindi ai visitatori - opere che diversamente resterebbero ignote allo sguardo del mondo. Sempre che anche stavolta non ci si metta di mezzo la burocrazia.

La Repubblica – Cronaca di Torino 17 novembre 2014

42. MUSEI, UN PROGETTO PER LE PERIFERIE PERCHÉ OGNUNO SI SENTA “AL CENTRO”

“Cos’è secondo te una periferia”? “Un posto dove non ci sono i musei”. Qualche giorno una bimba di dieci anni ha risposto così ad un’intervista. Un bel monito per le città e le loro amministrazioni, specie in queste settimane in cui è esplosa la tensione nelle due principali metropoli italiane.

Il rammendo delle periferie, come lo ha chiamato Renzo Piano, sembra di là da venire a Roma e Milano, ma non solo. L’attesa che le martoriatoe casse dei Comuni abbiano un po’ di respiro, combinata a molti altri e complessi fattori (più di quanto non vorrebbe chi strumentalizza le proteste soffiando sul fuoco delle intolleranze), ha trasformato queste aree in polveriere sociali che esistono solo per negazione.

È così: delle periferie italiane, oggi, sappiamo solo ciò che non sono. Non sono centro. Non sono servizi. Non sono storia. Non sono bellezza. Non sono collettività. Non sono cultura.

Tornando allora alle parole inconsapevolmente (forse) amare della bambina, ci si può chiedere: portare i musei nelle periferie può salvarle? A mio avviso non basterebbe. Costruire cattedrali nel deserto senza che si innestino in un tessuto connettivo irrorato di decoro, cultura, educazione farebbe fare ai musei la fine dei centri commerciali: intorno, il nulla.

E invece cultura, bellezza e i loro effetti collaterali vanno diffusi, come un contagio positivo, da diversi focolai. Librerie e biblioteche, per esempio, com’è successo qui a Torino con l’esperienza della libreria il Ponte sulla Dora a Borgo Aurora. Con attenzione, perché nessuno di questi luoghi diventi una fortezza chiusa in cui barricarsi e dalla quale resistere, ma rappresenti invece un punto di aggregazione aperto e un vero e proprio “distributore di cultura”.

Con questi i musei possono e devono dialogare, mettendo a loro disposizione il patrimonio, le storie e la memoria che custodiscono, nella loro dimensione di laboratori di idee e non di stanze immote attraversate solo da turisti o da chi ha già sviluppato una sensibilità culturale.

Non sarà più utile portare i semi, invece che i frutti, perché la crescita della pianta produca consapevolezza, partecipazione e inclusione culturale e sociale? Alla Fondazione Torino Musei la pensiamo così, e per questo non mancheremo all’impegno cui si sentiamo chiamati e presenteremo presto un progetto per le periferie. Perché nella cultura, a Torino, ognuno possa sentirsi “al centro”.

La Repubblica – Cronaca di Torino 24 novembre 2014

43. IL MARKETING NEI MUSEI SENZA COPIARE DALL'ESTERO

Non tutto il marketing viene per nuocere. Pare che in Italia il dibattito sulla gestione di musei e istituzioni culturali sia finalmente arrivato a questo punto e l'orientamento sia a sostenere le gestioni autonome, contraddistinte da performance nettamente più felici, e insieme promuovere un management più sapiente, lasciandosi alle spalle quell'estenuante, manichea opposizione tra cultura e mercato che ha intossicato pensiero e azione per troppi anni.

L'epoca dei direttori artistici - in senso lato, nessuno se ne abbia a male - cui tutto era dovuto in nome della sacralità del ruolo, mentre i bilanci poco sorridevano, pare sul viale del tramonto. Lascia il posto a una visione più terrena (anzi, terrestre), in cui la voce "sostenibilità economica e finanziaria" - giocoforza, in tempi di risorse scarse - non è un di cui ma entra a pieno titolo nello sviluppo delle strategie di pianificazione e gestione. Evviva.

Ma ecco che qua e là, com'è *habitus nostrano*, arrivano i profeti dell'esterofilia a snocciolare proposte e soluzioni, mutuando questa o quella esperienza internazionale. Attenzione - lo dice una che da sempre sostiene la necessità di pensare globale - a non trasformare quest'attitudine in un boomerang, trascurando le buone pratiche che abbiamo in casa, frutto di un know-how maturo e sviluppato anche sulla base dello studio di modelli applicati oltre confine. Perché il rischio poi è che se ne sappia poco, e che viceversa si cada in una sorta di provincialismo in cui per scarsa circolazione delle idee la quantità di eventi culturali aumenta, e l'efficacia diminuisce.

Qui a Torino un esempio di animazione creativa degli spazi museali è appena iniziato, proprio nel simbolo della città, Palazzo Madama, con Vita da Regina. Un evento speciale che proprio come succede all'estero, porta il teatro dentro il museo, ma non solo. Maria Giovanna Battista di Savoia-Nemours farà da guida ai visitatori negli ambienti del Palazzo indossando un abito cucito a mano nella più pura tradizione d'alta gamma, sulla base di ritratti risalenti al 1665.

I suoi gioielli saranno la riproduzione perfetta degli originali realizzata per mano del più raffinato artigianato locale.

Una combinazione tra il nostro saper fare e una performance di grande suggestione sullo sfondo di un palcoscenico di straordinaria bellezza. Un esempio di come orientare il marketing nei musei del nostro Paese, unendo tradizione culturale, patrimonio e creatività e comunicando il risultato - unico - adeguatamente. Un'esperienza, tutta italiana, e torinese, da raccontare.

La Repubblica – Cronaca di Torino 1 dicembre 2014

44. L'ARTE PUBBLICA CAMBIA IL VOLTO DEL QUARTIERE

Arte pubblica, un pianeta da scoprire. Forse per molti ancora da capire. Da qualche tempo in alcune – ancora poche - città italiane si torna a sperimentare con la promozione di opere di street art e murales d'autore, ad alcuni tra i creatori viene finalmente riconosciuto lo status di artisti e la loro produzione en plein air trova spazio tra le forme dell'espressione artistica contemporanea.

Intanto, dall'altra parte dell'Oceano gli esperimenti sono superati e certe evoluzioni già ampiamente metabolizzate. A dimostrarlo il successo delle iniziative della Fondazione che porta il nome di uno dei più convinti promotori dell'arte pubblica, l'ex-sindaco di New York Michael Bloomberg, fresca di lancio di una call for proposal destinata ad assegnare fino a un milione di dollari a città che mettano in atto progetti temporanei di arte pubblica. Questo perché nella visione (e nell'esperienza) dell'ex primo cittadino della Grande Mela essi hanno la capacità - e il compito - di "coinvolgere le comunità, stimolare la creatività e la vitalità delle città". Parola di Sindaco.

Da questa parte del mondo il punto più delicato, stretta l'alleanza (fatta la pace?) con gli urban artists a favore della trasformazione degli scenari urbani, rimane quello del coinvolgimento della cittadinanza. Sono le amministrazioni capaci di interpretare la "domanda di arte" collettiva ed esercitare il ruolo di committente rappresentativo, arginando il rischio che l'arte pubblica contemporanea divenga fonte di degrado o oggetto di rabbia distruttiva perché incompresa e non percepita come "nuovo patrimonio"? Quali processi attivare perché i cittadini possano riconoscere il valore anche nel contemporaneo e - soprattutto – nel pubblico?

Operazione non facile, che chiama in causa il dovere delle amministrazioni di produrre arte anche per educare all'arte, e allo stesso tempo di impiegarla come strumento di decoro, riqualificazione e rilancio delle aree urbane integrandola all'interno di esse e facendo in modo che essa ne racconti le identità. Diversamente da come accade a volte in alcune periferie, dove alcune opere finiscono per essere vuoti simulacri incomprensibili e ignorati dai più.

Bene si sta lavorando a Torino con il il bando B.Art per la riqualificazione del quartiere Barriera. Tredici facciate cieche che si trasformano in opere di "interpretazione urbana" firmate da Millo. L'arte che cambia il volto di un quartiere e getta le fondamenta per la sua rinascita. Così, l'arte pubblica restituisce un valore alla cittadinanza, costruisce identità, simbologia, immaginario. E si trasforma in arte della comunità.

La Repubblica – Cronaca di Torino 8 dicembre 2014

45. AI MUSEI CIVICI LA RISCOPERTA DELL'IMMAGINE

Non solo selfie. Se c'è qualcosa che hanno rivelato smartphone e affini è il nostro bisogno di raccontare, e ancor di più, di farlo con le immagini. Forse perché viviamo in un mondo a scorrimento veloce, ci sembra che immortalare un momento sia il modo per soffermarci su un'esperienza (e oggi, per condividerla), costruire un ricordo o cogliere l'estetica sfuggente di un istante.

Questo di certo non ci rende tutti fotografi: nella maggior parte dei casi i risultati hanno un valore personale, ma l'aspetto positivo di questa "socializzazione" della fotografia è che ha risvegliato l'interesse per questa arte insieme così tecnica e istintiva, legata a doppio filo con la storia e la memoria.

Quasi inconsapevolmente, infatti, se pensiamo agli eventi che segnano la storia umana e del mondo, ci troviamo a rievocarle attraverso immagini fermate dalla macchina di un reporter, che offre al nostro sguardo il racconto di un fatto, il suo punto di vista e la sua scelta estetica. Così, l'opera del fotografo diventa per chi la osserva uno strumento di lettura e approfondimento della realtà, aiutandoci a decifrarla e allo stesso tempo trattenendoci e interrogandoci intimamente su di essa, anche quando è più complessa.

È forse anche con questa riscoperta capacità di orientare il nostro sguardo che si spiega una nuova stagione di successo per le mostre fotografiche, che negli ultimi anni captano l'attenzione di un pubblico sempre più ampio. Anche qui a Torino.

A Palazzo Madama, fino all'11 gennaio, ad accompagnare i visitatori in un affascinante viaggio per immagini tra attualità, storia, natura e sogno sarà *Women of Vision*, realizzata in collaborazione con il National Geographic. Una raccolta di lavori di 11 donne, grandi fotografe come Lynn Johnson, Jodi Cobb e Maggie Steber, insieme a talenti emergenti come Erika Larsen e Kitra Cahana.

Ancora con National Geographic, a testimoniare che la fotografia è soprattutto racconto di viaggi e scoperte, dal prossimo 18 dicembre ci saranno le opere di Michael Yamashita in mostra al MAO, che inaugura il nuovo spazio espositivo con una personale del grande fotografo dedicata a Marco Polo e alla Via della Seta, in cui il racconto letterario e mitico dell'esploratore veneziano si ricongiunge con immagini che mostrano la varietà di culture, storie e tradizioni che esso ha attraversato.

Non perdetele. Guardare queste foto non sarà solo un atto contemplativo, ma un modo per penetrare le realtà che esse descrivono, attraverso una "mediazione culturale" che fa interagire la sensibilità dell'artista con la nostra e racchiude il tratto di viaggio che stiamo condividendo in un gesto di un attimo, un clic di verità.

La Repubblica – Cronaca di Torino 15 dicembre 2014

46. UN NATALE COI FIOCCHI NEI MUSEI TRA VIAGGI ESOTICI E FANTASIE BAROCHE

Eccoci ancora una volta. Natale uguale gioia, famiglia, vacanza, pranzi, cene e - siamo sinceri - stress. Tanto stress.

Anche quest'anno non ce l'avete fatta? Nonostante i buoni propositi mancano appena tre giorni e c'è ancora tanto, troppo da organizzare? E soprattutto... siete ancora travolti dall'incubo dei regali? Non cedete alla tentazione del soprammobile, ma godetevi un giro per vetrine un po' alternative rispetto alle solite, scoprendo che la città offre parecchie idee per sorprendere parenti, amici (e noi stessi) con un regalo sempre diverso.

Iniziamo con il più irrinunciabile dei must have, che ognuno dovrebbe avere in tasca: l'abbonamento Torino Musei. Più necessario di un eau de toilette, più glamour di una borsa o una cravatta griffata, unisex, il pass per l'arte e la cultura in città e dintorni si indossa 365 giorni all'anno. La soluzione ideale da mettere sotto l'albero e condividere non solo con gli affetti ma anche con chi ha le nostre stesse passioni e "affinità elettive" culturali.

E se tra voi c'è chi ama viaggiare ma il budget disponibile non è compatibile con i desideri, in soccorso arriva la mostra del MAO dedicata a Marco Polo. Con un impegno decisamente più sostenibile potrete percorrere (e regalare!) un viaggio epico e avventuroso sulle orme del più grande esploratore italiano. Luoghi sconosciuti e misteriosi, spezie, tessuti e paesaggi mozzafiato nel bellissimo nuovo spazio espositivo del Museo, senza rischi di code in autostrada e scioperi degli aerei...

E ancora . Per tutti coloro che vogliono immergersi in una visione del mondo al femminile, a Palazzo Madama c'è Women of Vision, la raccolta di scatti firmati dalle più grandi fotografe del mondo che con i loro obiettivi sono entrate nei villaggi, nelle case, nelle famiglie e nelle stanze segrete e mai viste prima di altre donne da tutto il mondo. Un percorso intimo da fare da soli o in compagnia, un viaggio tra le curve dell'anima senza passare dal lettino dello psicanalista (e spendendo davvero molto meno...).

Per chi ama l'innovazione e pensa che la cultura sia anche divertimento, stupore e meraviglia, il regalo perfetto è il biglietto per lo spettacolo multimediale "Filippo Juvarra a Torino. Fantasia Barocca" a Palazzo Madama. Immagini, suoni, luci e colori in 3D che lasceranno a bocca aperta ed emozionati voi e chi vi accompagnerà. Una immersione fantastica nei disegni e nelle visioni del grande architetto circondati da musica ed effetti sonori per un'esperienza da sogno sospesa tra passato e futuro.

E infine, per chi non l'avesse ancora fatto, affrettatevi (chiude il 25 gennaio!) a visitare la mostra della GAM dedicata a Roy Lichtenstein. Una mostra così non la vedrete mai più : per la prima e ultima volta la famiglia ha prestato in esclusiva alla Galleria le opere più personali del grande artista.

Superato lo spauracchio della drammatica abbinata sciarpa&guanti? I musei intanto vi augurano buone feste!

La Repubblica – Cronaca di Torino 22 dicembre 2014

2015

47. IL MECENATE 2.0 È COLUI CHE DONA IDEE E CULTURA

Mecenatismo 2.0. Ovvero, non solo denaro. Beninteso, le risorse finanziarie sono indispensabili e le donazioni ancora di più, e finalmente anche gli indirizzi delle politiche culturali sembrano negli ultimi tempi incoraggiare la generosità dei privati, Ma può non essere abbastanza.

Il tessuto culturale italiano (fitto e vivace, a dispetto di stime parziali e piagnistei) è fatto di tantissime associazioni e organizzazioni culturali che non hanno bisogno solo di supporto economico ma anche – spesso soprattutto – di competenze. Il valore di queste ultime per la cultura, oggi, non è da meno di quello del denaro, perché allo stesso modo permette di trasformare le idee in progetti autosufficienti e a loro volta generatori di valore, economico, sociale e umano.

Accade ancora che brillanti intuizioni, a volte perfino rivoluzionarie, evaporino non di fronte alla carenza di risorse ma a quella di indicazioni professionali: legali, fiscali, di marketing o comunicazione, per esempio.

Eppure in molti casi basterebbe il suggerimento su un benchmark o un consiglio sul posizionamento, un incrocio utile di contatti per possibili collaborazioni, un'informazione su un bando di gara europeo per reperire fondi o – considerata anche la rigidità della nostra burocrazia – un supporto nella raccolta delle informazioni utili all'avvio dello stesso progetto culturale.

Chi è in possesso di competenze di questo tipo e volesse metterle a disposizione gratuitamente, deve essere definito, a buon diritto, mecenate. Ossia, un prestatore di servizi professionali che – come accade già da tempo e in modo sistematico negli States – contribuisce alla vita e alla sostenibilità di istituzioni e attività culturali tanto quanto un finanziatore.

Esperienze legate alle professionalità più "mature", disponibili oggi numerose a seguito dell'entrata in vigore della legge "Madia", possono così essere indirizzate verso contributi in consulenze temporanee ma strutturate e focalizzate su progetti specifici, in modo da capitalizzare gli interventi e contribuire al raggiungimento degli obiettivi.

E poiché la cultura è bene comune, mettere a disposizione esperienza e conoscenza per valorizzarla è un atto di senso civico. E poi, volete mettere l'orgoglio di essere definiti mecenati culturali? Non ha prezzo.

La Repubblica – Cronaca di Torino 12 gennaio 2015

48. INVESTIRE SULLA CULTURA COSÌ SI AIUTA LA RIPRESA ECONOMICA

L'inizio e la fine dell'anno, si sa, sono periodo di stime e previsioni un po' per tutti i settori, o almeno così dovrebbe essere. Lo è stato per arte, cultura e creatività negli Stati Uniti: solo un paio di giorni fa il National Endowment for the Arts e l' U.S. Bureau of Economic Analysis hanno diffuso il loro primo report ufficiale congiunto, con esiti piuttosto stimolanti.

Il documento mostra infatti che industrie culturali e creative rendono allo Zio Sam quasi 700 miliardi di dollari l'anno, il 4,32% del PIL americano. I facts del settore superano incredibilmente gli analoghi indici per l'agricoltura e i trasporti e i posti di lavoro generati da arte e cultura ammontano, si legge, a 4,7 milioni. Oggi che l'America si trova per la prima volta, dal 2008, a registrare i segnali dell'universalmente agognata ripresa economica, questa rilevazione ha piacevolmente sorpreso governo e analisti, dando a tutti l'opportunità di comprendere, come ha detto Jane Chu, presidente del NEA, quanto "l'arte e la cultura pervadano le nostre vite".

A questo punto viene spontaneo chiedersi cosa succede di qua dall'Oceano, e quali siano le performance del vecchio Continente sotto questo profilo. Registrando innanzitutto il fatto che non esiste – nota assai dolente – un osservatorio europeo permanente sul settore, gli ultimi dati affidabili vengono dal Libro Verde sulle Industrie Culturali e Creative del 2011 che faceva segnare una quota del PIL inclusa tra il 4 e il 7 per cento (a seconda del perimetro considerato), un volume d'affari di circa 650 miliardi e un milione e mezzo di aziende coinvolte per circa 6 milioni di occupati. E c'è chi è pronto a scommettere che, a dispetto della crisi, un aggiornamento dei dati darebbe risultati anche migliori. Non c'è da sorprendersi, considerata anche solo l'entità del patrimonio culturale – materiale e immateriale – europeo, ma piuttosto occorrerebbe fare i conti (sic!), come in America, con il formidabile contributo che questi settori offrono all'economia.

Tanto più, e veniamo a noi, se sotto osservazione mettiamo il nostro Paese, in cui la filiera cultura, indotto incluso, arriva a pesare fino a 214 miliardi di euro, circa il 15,3% della ricchezza nazionale (molti altri dati si potrebbero citare).

Certo i parametri sono variabili, ma se confrontiamo questi dati con quelli più in alto ci sono buoni motivi per essere – una volta tanto – entusiasti almeno quanto gli americani (ad esempio nell'anno appena trascorso Torino ha segnato con +42% il boom dei musei civici). Ma soprattutto per domandarsi se mentre stiamo seduti ad aspettare il nostro Godot (la ripresa economica) che non arriva mai, non sia invece il caso di agire di conseguenza, prendendo con più decisione la via degli investimenti, efficaci e intelligenti, in questo settore.

La Repubblica – Cronaca di Torino 19 gennaio 2015

49. IL BUSINESS DELLA CULTURA CHE MERITA

"Money, it's a gas", suonavano una volta i Pink Floyd. Cultura e denaro, o meglio: cultura e business, un binomio che sfiora la blasfemia, ancora secondo molti.

Eppure, tanto maggiore negli ultimi anni è stata la contrazione delle risorse pubbliche in questo settore, quanto più si è manifestata la necessità di a) creare strumenti per una interlocuzione sistematica con i privati e b) individuare criteri efficaci di assegnazione dei (pochi) finanziamenti pubblici.

In Europa e nel mondo, pur nella diversità dei casi, l'indirizzo prevalente è sintetico di queste due premesse, ed è quello di premiare l'attrattività finanziaria dei progetti culturali.

In altre parole, la loro capacità di ottenere buone performance che a loro volta attraggono finanziamenti privati, fermi restando alcuni criteri di equità (limite massimo di fondi assegnati alle singole istituzioni, qualità artistica, distribuzione territoriale).

Si chiamano *challenge grants* o *matching grants*, fondi pubblici che vengono erogati a fronte della valutazione dei risultati e/o della capacità di autofinanziamento.

Adottati in UK, Stati Uniti, Canada, e persino nella Francia più statalista, rappresentano una misura tanto semplice quanto ragionevole: in questo modo si offrono opportunità di crescita a realtà che mostrano di essere in grado di produrre cultura adottando modelli di business compatibili con le strategie (e il linguaggio) delle imprese, assegnando alla sostenibilità finanziaria opportuna rilevanza nella elaborazione dei progetti.

Ma qual è oggi la situazione in Italia? L'esatto contrario, *as usual*. Un concetto opposto alla valutazione meritocratica (non è forse la meritocrazia un cruccio tutto nazionale?) fa sì che da noi il meccanismo venga spesso capovolto: a volte proprio quelli che risultano meno efficienti ed efficaci vengono sostenuti con fondi pubblici, mentre a coloro che mostrano di farcela da soli...pacca sulla spalla.

Dovrebbe accadere esattamente l'opposto: a chi riesce andrebbe assicurato, anche attraverso corretti piani di sviluppo, il massimo sostegno a raggiungere gli obiettivi e crescere (verosimilmente, creando anche occupazione).

Se il problema è come farlo, presto detto: verificando attraverso indicatori ragionati - non arbitrari, ma neanche di natura burocratica - i risultati del lavoro svolto da associazioni, fondazioni e soggetti culturali a vario titolo, con un occhio alle esperienze degli altri paesi. Diversamente, ancora una volta, rimarremo imbrigliati in una storia vecchia, fuori dal panorama internazionale e priva di orizzonti, aggiungendo una zavorra, più che dare sostegno, alla capacità della cultura e della creatività di spiccare il volo.

La Repubblica – Cronaca di Torino 26 gennaio 2015

50. ARTE E DIGITALE UN'OCCASIONE PER I MUSEI

Provate a guardarvi intorno in un giorno normale della settimana e in un momento qualunque, per esempio mentre siete sul bus o in metro per raggiungere il lavoro. Vi vedrete circondati da persone come voi impegnate a leggere un quotidiano o un libro, ascoltare musica o fare conversazione. Adesso provate a spostare lo stesso fotogramma dieci o quindici anni indietro. Le differenze? Nel 90% dei casi questi gesti oggi avvengono attraverso un device digitale, smartphone, tablet o altro strumento che sia. È così che – con buona pace degli apocalittici - la tecnologia si è fatta spazio nelle nostre vite a supporto quasi insostituibile della gran parte delle nostre attività quotidiane: relazioni sociali, spostamenti, consumi di ogni genere e molto altro.

Che siamo immersi – pur con diverse velocità - in una società digitale, che in parte importa regole e stili di quella “analogica” in un ambiente immateriale e ne crea di nuovi, è ormai decisamente fuori discussione. E di certo non possono tenersene fuori il mondo dell’arte e della cultura: per quale ragione le persone dovrebbero “sospendere” il modo in cui vivono abitualmente davanti all’ingresso di un museo?

È il motivo per cui in tutto mondo sono cadute progressivamente diffidenza e resistenze verso il digitale, e si stringono invece nuove alleanze tra tecnologia e arte, che permettono ai musei di incrementare le possibilità di accesso e le modalità di fruizione del loro patrimonio, rendendoli allo stesso tempo “esplosivi”, e cioè permettendo loro di uscire dai loro confini materiali con il moltiplicarsi delle piattaforme di presenza (e interazione), e “inclusivi”, cioè consentendo un più ampio accesso del pubblico attraverso i digital devices.

Ne sono un chiaro esempio GAM, MAO, Palazzo Madama e Borgo Medievale, che partecipano tutti a Google Art Project, e possono essere visitati on line da ogni parte del mondo, con i tour virtuali e l'accesso a centinaia di immagini in HD. E ancora di più Palazzo Madama che ospita lo spettacolo multimediale su Filippo Juvarra impiegando una formula innovativa e inedita che unisce arte e digital design per raccontare con immagini 3d, luci e suoni, un pezzo così importante della storia artistica e architettonica della città, in un'atmosfera di incredibile suggestione e di incontro "magico" tra passato e futuro.

Non esiste quindi opposizione (come vorrebbe certo “protezionismo culturale”) ma piuttosto uno straordinario terreno in cui avventurarsi per creare un’offerta innovativa e di qualità e rendere esponenziale la possibilità per il nostro patrimonio di essere conosciuto e vissuto.

La Repubblica – Cronaca di Torino 2 febbraio 2015

51. OMOLOGARE PER RISPARMIARE NON È DI AIUTO ALLA CULTURA

La coperta è sempre più corta. È notizia di questi giorni che il bilancio regionale del Piemonte preveda risorse per la cultura per un terzo dei fondi stanziati lo scorso anno. Inevitabile l'allarme che il dato ha suscitato su tutto il territorio e a Torino in particolare, i quali negli ultimi anni hanno costruito – con successo – il loro posizionamento nel panorama nazionale e internazionale proprio a partire dal consolidamento dell'offerta culturale e dalle possibilità scaturite dagli investimenti in cultura, creatività e dintorni (leggasi: enogastronomia, lifestyle, paesaggio).

Una scommessa coraggiosa e vinta che ha iniziato a liberare energie, indurre sviluppo e stimolare la partecipazione. E che oggi, ad un passo dalla più grande opportunità del decennio per l'intero Paese, EXPO 2015, rende la nostra regione ben più di un corridoio d'accesso verso Milano: un transito animato di appuntamenti, esperienze e occasioni per far conoscere ed apprezzare al mondo le nostre tante "unicità".

A fronte di tutto questo, è evidente che eventuali – per quanto obbligate - scelte di disinvestimento implicano responsabilità, e non possono essere adottate alla cieca. Ragione per la quale la razionalizzazione dev'essere avviata 1) visualizzandone con chiarezza le conseguenze, 2) non solo nella logica della soppressione della spesa, ma - soprattutto - di capacità di mantenere e supportare possibili azioni di sviluppo, guardando anche ai macro-indirizzi politici e finanziari sovranazionali, non ultima la decisione della BCE a sostegno della crescita. Crescita che nel nostro Paese passa inevitabilmente per il rilancio dei territori attraverso la cultura e i suoi "derivati" in termini di indotto, occupazione qualificata, sviluppo intelligente e sostenibile a lungo termine, diversità e pluralismo creativo.

Ottimizzare le risorse, dunque, non significa cancellarle, ma spenderle efficacemente, in modo che possano generare plus-valore: economico, produttivo, sociale. Nulla di nuovo da inventare per farlo: più incisive azioni di defiscalizzazione, incoraggiamento delle partnership pubblico-privato, autonomia di gestione, alleggerimento burocratico, project financing.

Ma cancellare la molteplicità delle "presenze culturali", omologare in nome del risparmio no, non è la soluzione. Potrebbe significare, invece, la perdita di uno dei punti di forza del nostro Paese: la cultura diffusa, provocando un impoverimento sostanziale che non può essere accettato come esito neanche della più obbligata delle scelte di bilancio.

La Repubblica – Cronaca di Torino 9 febbraio 2015

52.FESTA IN MASCHERA PER AIUTARE IL MAO

Forse non tutti sanno che, benché la conosciamo come festa di tradizione cattolica, antenati del nostro Carnevale esistevano già a Roma antica e in Grecia (le dionisiache, per esempio) e consistevano in celebrazioni durante le quali l'ordine sociale veniva temporaneamente sovvertito e regole e gerarchie sospese per lasciare spazio al gioco collettivo, ai travestimenti e agli scherzi. Un caos positivo, rigenerante e propiziatorio, che contribuiva, non solo simbolicamente, a liberare nuove energie per l'anno a venire. Insomma, divertimento allo stato puro che gli antichi, in questo assai più saggi di noi....prendevano sul serio!

Allora perché non provare a fare lo stesso, per sgombrare la mente dai pensieri e spezzare con un po' di *pure joy* la routine quotidiana? Se ci state pensando, eccovi servita una bella occasione.

Domani sera, nel giorno di martedì grasso che chiude tradizionalmente la festa più "leggera" dell'anno, il MAO Museo di Arte Orientale e l'Associazione *Hiroshima Mon Amour*, propongono un Carnival Party, festa da ballo – ma non solo - in maschera. Nei giorni che coincidono con il Capodanno cinese, entrando al museo potrete prendere ispirazione dalla cultura orientale scegliendo l'opera d'arte che più vi piace per "trasferirla" - se lo vorrete- con un pizzico di creatività in un costume a tema: geisha, samurai o quanto altro la vostra fantasia vi suggerirà, e poi sarete pronti per la serata *all'Hiroshima!*

E se vi state chiedendo a quale causa di rinnovamento partecipi l'iniziativa eccovi la risposta: il ricavato della serata sarà interamente devoluto al MAO. Se il Carnevale è la più creativa delle celebrazioni dell'anno, vogliamo festeggiarlo con un modo nuovo e insolito (siamo i primi a farlo!) di fare raccolta fondi, che conquisti il pubblico e lo avvicini con leggerezza ad un tema culturale, nel nostro caso l'arte orientale, della quale il MAO conserva preziose testimonianze.

In questo, la collaborazione del museo con un'associazione come *Hiroshima Mon Amour* è quanto di più fecondo ed esemplare si possa immaginare: due realtà protagoniste della vita culturale della città (e non solo) che uniscono mission e pubblici per una buona causa. Perché fare cultura senza annoiarsi...si può!

La Repubblica – Cronaca di Torino 16 febbraio 2015

53. UNA CULTURA SENZA TASSE PER REGALARLA AI GIOVANI

Tutto il mondo è paese. Anche nel Regno Unito, cui spesso volgiamo lo sguardo come modello di gestione virtuosa dei beni e delle istituzioni culturali, sembra apparire qualche ombra: secondo una ricerca fresca di stampa significativamente intitolata "Enriching Britain: culture, creativity and growth" firmata dall'autorevole Warwick Commission, emerge un dato poco incoraggiante per i sudditi della Regina, e cioè la progressiva rimozione dell'arte e della cultura dai sistemi educativi.

Un allarme che possiamo condividere, tenendo conto dell'alleggerimento che queste discipline hanno subito negli ultimi anni anche nel nostro Paese (suscitando reazioni fin troppo moderate...). Eppure è assunto condiviso che l'educazione culturale rappresenti, oltre che uno strumento di cittadinanza, una delle chiavi di volta per la sostenibilità del settore, da premessa indispensabile quale è di quell'audience development sempre più insistentemente - e giustamente - evocato.

Ma chi può veicolare oggi, l'educazione culturale? Se le agenzie formative lo fanno sempre meno, la "palla" passa alle organizzazioni che producono offerta.

I musei, per esempio. Come quelli di Torino, che negli ultimi anni hanno dedicato una crescente attenzione all'educational, programmando workshop, eventi e conferenze a scopo didattico ma non didascalico, impiegando le loro risorse e costruendo iniziative più "vicine" ai ragazzi sul piano del linguaggio come su quello dell'engagement (trovarsi fisicamente di fronte ad un'opera d'arte aggiunge l'emozione all'apprendimento).

A fronte di un sistema scolastico sempre più in difficoltà nel condividere un codice con i nativi digitali, le sezioni educative dei musei si caratterizzano per loro natura come laboratori multidisciplinari in cui passato, presente e futuro si intersecano. E rappresentano, in sostanza, aree didattiche realmente sperimentali.

Ma se l'accesso e la pratica della cultura sono una dimensione essenziale dello sviluppo della persona, e la responsabilità è diffusa, allora l'indirizzo politico non può che essere quello di sostenere la diffusione di questi laboratori del domani. Come? Presto detto, ecco la nostra proposta: con la defiscalizzazione totale (100%, come avviene negli States) per chi dona a sostegno delle sezioni educational dei musei, contribuendo a diffonderle, a stimolare la partecipazione dei ragazzi e a formare i nostri futuri cittadini. In questo caso "la palla" passa alla politica: saprà raccoglierla?

La Repubblica – Cronaca di Torino 23 febbraio 2015

54. NON SI PUÒ CONFONDERE ARTE E DEGRADO

L'oscenità di quanto accaduto in Piazza di Spagna a Roma per mano dei tifosi del Feyenoord ha toccato - meglio, ferito - le coscienze anche fuori dalla Capitale, mettendo tutti noi di fronte alla constatazione di quanto prezioso e fragile sia il nostro patrimonio artistico, che mentre ammanta di bellezza strade, vicoli e piazze è esposto al rischio continuo di essere colpito e deturpato da chi, come in questo caso, non lo rispetta perché probabilmente non è in grado di comprenderlo e apprezzarlo.

Ma senza nulla togliere all'inaudita gravità dei fatti di Roma, esistono da tempo nelle nostre città forme di vandalismo sulle quali sarebbe pure utile riportare l'attenzione. Come le aggressioni alla bellezza e al decoro che si consumano ogni giorno, in centro e nelle periferie, ad opera dei falsi writers, imbrattatori seriali che confondono l'arte con il degrado, assegnando a se stessi una doppia autoesclusione: dalla categoria di artisti, che non ammette questo tipo di distruzione, e da quella di cittadini, per la mancanza di quel senso di identità e appartenenza che dovrebbe indurre ognuno di noi a rispettare e a prendersi cura del patrimonio comune.

È importante, ed è compito delle amministrazioni e della comunità, non cedere a questi attacchi, e per quanto oneroso ripulire subito: come alcuni studi hanno dimostrato, infatti, il degrado attrae e riproduce il degrado. D'altro canto, se non esistono "giustificazioni creative" per queste espressioni violente, è pure necessario - e ancora una volta compito della comunità - comprenderne le ragioni, affrontare lo smarrimento e i sentimenti che le generano e offrire loro ascolto, spazi adeguati ma soprattutto nuove ispirazioni, idee e contagio culturale.

La Repubblica – Cronaca di Torino 2 marzo 2015

55. MULTICULURALITA' LA RICETTA VINCENTE PER I NUOVI MUSEI

La gran parte dei visitatori dei musei europei e americani sono a tutt'oggi bianchi, di estrazione sociale medio-alta, ben istruiti e di mezza età. Intanto, però, il mondo cambia fisionomia, e il pubblico potenziale del prossimo futuro avrà un profilo ben diverso da quello del consumatore culturale medio contemporaneo. Ciò significa che anche l'offerta, e dunque le istituzioni culturali, dovrà prenderne atto e mettersi in moto per raccontare storie diverse da quelle cui siamo abituati, ponendo le basi per la costruzione di un patrimonio culturale comune e una "nuova memoria" come strumento di cittadinanza e fondamento della coscienza storica e civile dei popoli.

Valori dei quali, come spesso accade, sembriamo prendere consapevolezza solo quando li vediamo duramente colpiti: è significativo come tutto l'Occidente sia stato - giustamente - impressionato dalla devastazione che l'ISIS sta infliggendo a musei e aree archeologiche millenarie, agendo con lucida violenza proprio contro la memoria (e dunque la coscienza) dei popoli e dei territori sui quali si sta imponendo.

Da questa parte del video, sembriamo risvegliarci solo di fronte a quest'orrore: duole pensare che ci voglia una guerra per capire cosa il patrimonio artistico e culturale rappresenti in qualunque posto del mondo, mentre ciò che abbiamo di fronte non è efferata follia ma un chiaro progetto politico, in cui la devastazione fisica del patrimonio e la conseguente cancellazione della memoria sono strumenti e simboli di conquista.

Lo fanno molto bene, invece, strateghi e militanti dell'ISIS, che altrettanto bene conoscono il valore dei reperti artistici e archeologici dal cui traffico hanno ricavato e continuano a ricavare risorse per finanziare i loro piani. Dietro l'angolo, intanto, assistiamo alla corsa all'arte e alla cultura di paesi come l'Arabia Saudita e il Qatar, che finanziano con fondi quasi illimitati filiali di musei europei (il Louvre ad Abu Dhabi), o acquisti di opere a cifre record presso le case d'asta più prestigiose.

Ma beni artistici e musei non possono essere né oggetto di indifferenziate manovre di mercato espansive, alla stregua di merci qualunque, né bersaglio di guerra. Dovrebbero piuttosto essere protetti come custodi della memoria e della storia e impiegati come strumento di pace e di dialogo, quali sono per loro stessa natura.

Un esempio? Solo qualche giorno fa a Torino 120 donne arabe hanno fatto visita, nell'ambito di un progetto di integrazione, al Museo Egizio. Il loro entusiasmo e la loro partecipazione si contrapponevano quasi automaticamente, nei pensieri, alle immagini della distruzione perpetrata dagli uomini dell'ISIS nel museo di Mosul. Donne che dialogano, e uomini che devastano: appena un giorno dopo l'otto marzo, qualcosa su cui riflettere.

Repubblica Torino. 9 marzo 2015

56. UNA GRANDE MOSTRA NON SI GIUDICA DAL NUMERO DI OPERE

Qual è realmente la misura del grado di soddisfazione che una mostra può ingenerare nei suoi visitatori? Viene da chiederselo quando si incrociano – non di rado - recensioni o commenti che profetizzano la delusione del pubblico per non trovare diretta (nella percezione) corrispondenza tra il titolo e il contenuto dell'esibizione.

Ne ho letto in questi giorni a proposito di “Modigliani e la Bohème di Parigi”, appena inaugurata alla GAM, tacciata di riportare un “naming” fuorviante per la sola (!) presenza di otto dipinti, una dozzina di disegni e due sculture dell'artista fra opere di altri (che sono, giusto per ricordarne qualcuno, Brancusi, Chagall, Picasso, Max Jacob, Derain...) e che rischia (così qualcuno ne scrive..) per questa ragione di incontrare la contrarietà degli appassionati di Modì.

Dunque se il visitatore legge Modigliani, è quanto meno una sfilza di Modigliani (e unicamente) che vuol trovarsi di fronte. Ma davvero, tornando alla domanda, rispondere alla “desiderata quantità” è il massimo obiettivo che un allestimento può prefiggersi? Io credo proprio di no, e anzi mi pare una prospettiva decisamente poco “challenging”. Apparirà addirittura avveniristico, ma la ricetta per l'engagement – mantra di curatori e istituzioni culturali del nuovo millennio – risiede a mio avviso ben altrove che in un'ipotetica carrellata di cinquanta, cento opere di un autore magari rigorosamente disposte in ordine cronologico.

Alla GAM non si raccontano semplicemente vita e opere di Modigliani, ma l'intreccio tra il suo straordinario percorso personale e la storia, i luoghi, le correnti e le influenze della stagione artistica che egli ha vissuto, dal suo stesso punto di vista.

Oggi che siamo chiamati a formare un pubblico più maturo e consapevole, dovremmo invece soffermarci sulla capacità di realizzare grandi mostre (e non solo mostre grandi) secondo una visione più moderna del concetto, che non richiami solo e sempre alla quantità e all'enciclopedismo. Questa è la sfida più vera: offrire ai visitatori una possibilità di racconto, e non solo di contemplazione, e farlo non solo con molti (quantità non sempre è sinonimo di qualità) quadri alle pareti, ma con allestimenti suggestivi e intelligenti, didascalie e testi ben pensati, ambientazioni e luci che valorizzino le opere in esposizione. Perché chi varca la soglia di una mostra non abbia la sensazione di riconoscere l'artista che ama, ma piuttosto di scoprirlo di nuovo.

La Repubblica – Cronaca di Torino 16 marzo 2015