

Primi elementi per lo svolgimento dell'esercizio progettuale

Tema

Nuovo allestimento dell'esposizione di un oggetto, un gruppo di oggetti o manufatti, un ambiente, un opera, un ambiente già inseriti in uno dei musei di Ascoli Piceno presi in esame.

I musei esaminati sono:

Museo Archeologico Statale di Ascoli Piceno

Galleria d'arte contemporanea Osvaldo Licini

Pinacoteca Civica Museo dell'Arte Ceramica

Scopo dell'esercitazione

Migliorare la capacità comunicativa dell'allestimento museografico

Attenzione

nella descrizione che segue con la parola "oggetto" si indica sia un singolo pezzo (per esempio un quadro), sia un insieme coerente di pezzi (per esempi un servizio di porcellane), sia un ambiente composto anche di materiale eterogeneo ma riconducibile a un preciso scopo (per esempio un corredo funebre), sia l'insieme di elementi di arredo o architettonici di uno spazio (per esempio gli "strappi" di affreschi di un ambiente)

Nota

Allestire l'esposizione di un oggetto, sia esso d'arte come di semplice documentazione, deve partire da un ben definito scopo comunicativo.

Le domande da porsi sono:

1. perché esponiamo qualcosa in un ambiente dedicato
2. cosa vogliamo dire esponendo qualcosa
3. a quali categorie di persone ci vogliamo rivolgere
4. quanto di quello che vogliamo dire deve arrivare a ogni categoria che selezionata
5. che rapporto ci deve essere tra lo scopo conservativo e quello comunicativo

Per fare questo dobbiamo utilizzare un insieme complesso e articolato di attività che concorrano al raggiungimento dello scopo. L'insieme di queste attività, eterogenee sia come tecnica sia come modalità percettiva, vanno sotto il nome generico di allestimento.

L'allestimento è l'esito finale del concorso di diverse competenze a un fine essenzialmente comunicativo.

Il livello della comunicazione non è univoco, me deve essere prestabilito prima di accingersi alla progettazione di un allestimento.

L'allestimento non è mai fine a se stesso. Anche l'allestimento commerciale, che quindi punta alla valorizzazione di un prodotto, ha un rapporto strettissimo sia con il prodotto sia con l'obiettivo comunicativo.

Prima nota - 1

Nel caso dell'esposizione museale partiamo dal presupposto che sia al servizio, in primo luogo, dell'apprendimento. Questo significa che l'allestimento deve garantire una quota minima di informazione, e di apprendimento, che il visitatore può incamerare.

Elementi da analizzare

visibilità del materiale esposto

- posizione

- fruibilità nello spazio

 - tipo di contatto

- distanza di osservazione

- illuminazione

- diaframmi con il pubblico

comprensione materiale esposto

- apparato grafico

 - grafici di inserimento in

 - contesto fisico

 - contesto iconografico

 - contesto culturale

 - contesto antropologico

 - segni grafici

- apparato testuale

 - testi descrittivi

 - titoli specifici

 - titolazioni di argomento

 - titolazioni di settore

 - didascalie

- apparato iconografico

 - fotografie

 - disegni

 - ricostruzioni

contestualizzazione

Definizione dell'oggetto esposto

- documentario
 - storico
 - tecnico
 - formale

- forma e composizione
 - rara
 - comune
 - frequente

problemi di conservazione

- luce
- microclima
- abrasione
- polvere
- parassiti

Obiettivi comunicativi

Dopo aver analizzato sommariamente l'oggetto bisogna individuare lo scopo della comunicazione.

Significato dell'oggetto

Rete di relazioni immediate dell'oggetto

Rete di relazioni più ampie dell'oggetto

Definizione dei valori estetico-formali

Nota

Un oggetto esposto nella sua semplicità più cruda, con un allestimento prossimo al grado zero, ha un livello di relazione elevatissimo con la sua rete di significati. Tanto meno comunica contenuti espliciti, paradossalmente, tanto più libera la rete di relazioni. Il difetto di questo metodo, in astratto il più efficiente, e che dipende in modo quasi esclusivo dall'individuo con cui è in relazione in ogni momento. Il potenziale comunicativo quindi si può dispiegare solo nella relazione con le conoscenze e la sensibilità dell'osservatore.

Questo significa che nella stesso momento lo stesso oggetto può comunicare una mole enorme di informazioni a un osservatore di elevata competenza specifica, e nulla a un osservatore di bassa competenza specifica.

L'oggetto, considerato come un centro di irraggiamento di conoscenza, raggiunge solo chi ha acquisito altra conoscenza per altre vie.

Se invertiamo il punto di vista, e ci poniamo nella condizione di stabilire cosa può -o deve- arrivare a un osservatore con un determinato grado di conoscenza, rileviamo che l'oggetto può essere costretto a uno scopo più limitato, ma determinato.

L'allestimento deve essere considerato, a questo punto, l'insieme inscindibile di oggetto della percezione, ambiente costruito entro cui avviene questa percezione, soggetto che percepisce. Se nel progetto di allestimento trascuriamo uno di questi elementi manchiamo lo scopo. La mancanza dell'oggetto trasforma l'allestimento in oggetto (opera d'arte al meglio, narcisismo al peggio); la mancanza di un ambiente costruito delega al solo oggetto la comunicazione (prevale la contemplazione o la conservazione); la mancanza del soggetto che percepisce devia lo scopo trasformando l'allestimento nel messaggio cifrato che specialisti, della varie discipline che ruotano intorno all'allestimento, si inviano tra loro.

In ognuno di questi casi, manchevoli, l'investimento di risorse non è ripagato da un risultato significativo.

La scheda analitica deve essere confrontata con l'obiettivo comunicativo che ci si è posti in modo da tarare ogni singolo problema.

Lo schema è una prima sintesi dei problemi che si affrontano nell'allestimento mirato a uno specifico obiettivo comunicativo.

Al centro è indicato il "progetto" che, al di là delle classificazioni più pedanti costituisce il nucleo che supporta l'interpretazione. Un progetto svincolato dall'attività di produzione di significato si limita a una funzione decorativa di dubbia efficacia comunicativa.

Schema di lavoro

