

Tendenze Turismo culturale in crescita (Grecia compresa). La strategia vincente: addio alle maxi esposizioni e più inventiva

Il successo del Louvre e degli Uffizi

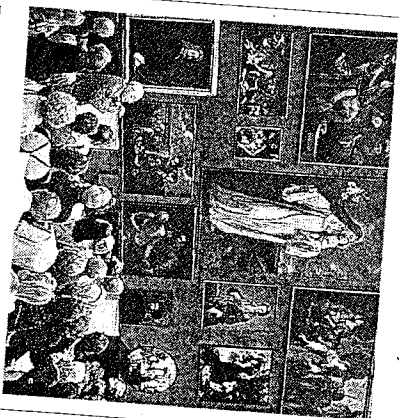
Così la crisi fa aumentare i visitatori

di ROBERTA SCORRANESE

Se non è plagio, è rivoluzione. E se non è rivoluzione, che l'arte sia almeno commestibile. Forse non darà da mangiare, ma di certo, stando alle cifre diffuse a fine 2011 dai grandi musei del mondo, è diventata più «nutriente»: se il Louvre raggiunge il record degli 8,8 milioni di visitatori e diventa il museo più frequentato, gli Uffizi di Firenze toccano il primato di quasi due milioni di biglietti staccati (un milione e settecentomila per la precisione). E persino la Grecia, nell'anno orribile della crisi finanziaria, ha visto un incremento del turismo culturale del 10 per

cento rispetto al 2010.

Paradossi della modernità: da un lato l'ossessione per l'andamento dello spread e il timore di perdere il lavoro, dall'altro il rifugio (poco pragmatico e molto metafisico) nelle sale austere e silenziose dei musei. «Non è propriamente un paradosso — commenta il sociologo Domenico De Masi —: è nei tempi di "magra" che i consumi culturali crescono, anche come conforto spirituale. Ma c'è dell'altro: oggi viaggiamo di più, i musei sono meno polverosi e ricchi di iniziative. Il personale è più giovane e intraprendente. E poi la



Folla di visitatori in un museo italiano (foto Beppe Bedolis / Archivio Corsera)

popolazione è più vecchia, quindi più colla, in senso tradizionale». Eppure, stando alle cifre, sono proprio i Paesi più colpiti dalla crisi che riempiono i musei: la Spagna, per esempio, ha visto crescere i visitatori del Thyssen-Bornemisza del 30 per cento e al Prado si sono raggiunti i tre milioni. E non ci sono soltanto i grandi tempi dell'arte: un milione e mezzo di biglietti venduti al Museo Van Gogh di Amsterdam (il 10 per cento in più rispetto all'anno scorso), mezzo milione di visitatori a Palazzo Vecchio di Firenze. Crescita dell'8 per cento anche al Museo del cinema di Torino, con più di 600 mila visitatori. E che dire del primato del museo archeologico del Chianti Senese? L'anno scorso è stata superata quota diecimila ingressi. «Da tempo — osserva Marina Pugliese, direttrice del Museo del Novecento a Milano — le strutture museali non sono più "carta morta": le collezioni vengono

CORRIERE DELLA SERA | LA LETTURA | 23

rivitalizzate, si organizzano mostre, iniziative collaterali. Inoltre, le grandi esposizioni proibitive, con allestimenti milionari, sono in piena crisi. Riscopriamo il valore delle cose di qualità ma sostenibili, poco "inquinanti"». Insomma, l'inventiva batte la strategia dello sconto e della promozione. Chissà, forse è meglio valorizzare la bellezza, arricchirne i contenuti, che non abbassarne il prezzo. Anche perché, nell'epoca della condivisione virale, nell'epoca museo, farsi fotografare davanti a una riproduzione di Picasso e «postarla» in tempo reale su Facebook o Twitter «fa status». «Certo, oggi questo è molto importante — ricorda De Masi — ma io mi anguro che al museo non ci si vada per moda, bensì per sana curiosità. Solo così decreteremo il tramonto dell'effimero. Quel tempo, però, mi sembra ancora lontano».