

*Presentazione*

**Voci e immagini dall'interno:  
l'orecchio e l'occhio dell'antropologo**

*Massimo Squillacciotti*

*“Ma sono tutti veri questi quadri?”  
interrogava una voce straniera  
ascoltata per caso nell'estate 2005  
in una sala di palazzo Pitti...*

Nei primi giorni dell'ottobre 2003 Palazzo Squarcialupi a Siena – parte del complesso museale del Santa Maria della Scala nella piazza del Duomo – inaugurava la propria apertura al pubblico con la mostra “Duccio, all'origini della pittura senese”: voci pubbliche dal palco delle autorità e voci di pubblico convenuto alla cerimonia commentavano l'evento concordemente. Questa era un'occasione di mostra costruita meticolosamente – e con un concerto economico di rilievo – in cui tutte le componenti di vario tipo venivano integrandosi in un tutt'uno armonico, piacevole, intelligente... e che alla fine, accanto all'immagine di una città compostamente integrata tra antico e moderno, avrebbe prodotto anche in termini di utili e di pratica scientifica.

E questo tutt'uno armonico è venuto dimostrandosi dall'interno nelle sue diverse componenti come: la ricerca architettonica sulla storia della struttura insieme alla sua trasformazione adattativa per eventi culturali; la progettazione di spazi espositivi che permettessero il godimento di ciò che vi si sarebbe mostrato ma che non isolassero i visitatori in una gabbia dorata, anzi aprissero sulla città come finestre dello stesso Palazzo a ricordare dove si fosse; la messa insieme di opere sparse dal tempo in luoghi diversi, con il restauro di molte di esse non solo per la loro fruibilità nell'esposizione ma per restituirle alla storia e renderle disponibili all'indagine critica; il coniugare intellettualmente ed operativamente opere esposte nel Palazzo Squarcialupi con quelle inamovibili collocate nelle diverse sedi del territorio cittadino e provinciale che costituivano un tassello del quadro contestuale e concettuale di Duccio, allievo e poi maestro; l'organizzazione di servizi al pubblico non solo in termini di catalogo<sup>1</sup> della mostra – eccellente per i documenti visivi ed i testi critici – ma anche di accoglienza ed organizzazione del flusso dei visitatori nella sede della mostra “diffusa” nello spazio cittadino; il piano di marketing preparato dal Centro Comunicazione e Marketing dell'Università di Siena e coordinato da Maurizio Boldrini, per lanciare l'evento concepito, appunto, non solo come mostra ma anche come indagine sociologica sui visitatori ed analisi dell'impatto comunicativo nella stampa; la ricerca di etnografia del pubblico svolta da Valentina Lusini e di antropologia visiva svolta da Riccardo Putti, docenti rispettivamente di antropologia dell'arte e di antropologia visiva all'Università di Siena; non ultima l'indagine fotografica sull'allestimento ed i visitatori ad opera di Giovanni Santi dagli scatti immediati, analitici, realistici... concreta manifestazione del fascino proposto dagli organizzatori e vissuto dal pubblico<sup>2</sup>.

Fin qui, dicevo, le molte voci ascoltate, dette, lette... molte le parole che a posteriori potrebbero ancora essere dette su questa mostra-evento, ma non è mio questo compito né è mia la competenza a riguardo proprio per rispetto di questo quadro d'insieme, oltre al suo doveroso riconoscimento. Mi riferisco piuttosto al contributo particolare delle indagini antropologiche avviate in corso d'esposizione e che concettualmente possono essere messe insieme sotto lo stesso titolo *Voci e immagini dall'interno: l'orecchio e l'occhio dell'antropologo*. Ricerca subito ben integrata con il resto delle iniziative "intorno a Duccio" anche se nata, a rigore di resoconto, soprattutto per esigenze metodologiche e di sperimentazione del gruppo stesso di ricerca, piuttosto che su commissione o per conseguire un prodotto; cioè per amore di mettersi in gioco come ricercatori, per voglia di lavorare insieme, di provarsi e di provare il significato di quanto aveva affermato Gregory Bateson, che nella ricerca antropologica è necessario essere sul margine della cornice per vedere ciò che è dentro e ciò che è fuori e, per noi, questa cornice ci veniva offerta, appunto, dalla mostra su Duccio... Buone intenzioni con intenti di affinamento delle metodologie d'osservazione della "mostra come fatto sociale", di una ricerca con l'ambizione di sperimentare un "giornale audio-video dall'interno dell'arte" più che una indagine sul pubblico in visita, sui "nuovi pellegrini" di questa particolare forma di cultura.

Quindi, da una parte ancora voci: quelle del pubblico "in diretta" dalla mostra, raccolte sul nastro del registratore durante le interviste etnografiche fatte da Valentina Lusini, secondo una griglia concettuale che prevedeva, oltre a domande di inquadramento della persona, domande volte a far emergere le diverse modalità di rappresentarsi l'istituzione museale e l'idea di patrimonio; domande sulle modalità di fruizione del contesto espositivo specifico e degli oggetti presentati, sulle modalità di utilizzo degli strumenti informativi e dei servizi accessori; domande sulla valutazione dell'esperienza e sulla rappresentazione dell'efficacia cognitiva della visita (visita come esperienza di incantamento, di conoscenza, di scoperta, di trasformazione, di verifica, di riflessione, di analisi).

Là dove l'approccio etnografico, con le sue interviste in profondità, mette in luce persone più che dati, sottolineandone differenze più che uguaglianze, restituendo l'immagine di un mondo composito ed articolato, ponendo attenzione ai modi e alle mode del porsi da parte del visitatore come soggetto all'interno di una esperienza personale anche se pur sempre socialmente condivisa. In questo senso Lusini parla dell'esigenza di verificare in che misura il contesto dell'esposizione si possa concepire come "occasione sociale" coinvolgente una molteplicità di intenzioni e valori differenti (quelli della tipologia di museo, quelli dell'architetto, quelli dell'oggetto esposto, quelli del/i curatore/i, quelli dell'osservatore).

Ma dall'altra immagini "dalla" mostra nella ricerca di antropologia visiva attuata dall'equipe del Centro Televisivo d'Ateneo di Riccardo Putti: non "immagini" della mostra in senso mediatico e comunicativo ma meta-immagini tese a valutare l'impatto cognitivo prodotto dalla visita e ad evidenziare il comportamento di fruizione dei visitatori.

D'altronde un'analisi di antropologia visiva di un evento espositivo comporta il dover affrontare per lo meno due prospettive. In primo luogo l'immagine come luogo/spazio dello sguardo del visitatore, pur all'interno di uno spazio contestuale quale è "il dove e il come" dell'allestimento, di uno spazio espositivo come punto/nodo di relazione, luogo di mediazione.

In secondo luogo l'immagine del visitatore prima colta e poi indagata e che per questo a sua volta pone una serie di interrogativi non secondari e che ruotano intorno alla questione della lettura-fruizione dell'opera e dell'artista prima all'epoca della sua produzione ed ora nell'oggi, con tutte le diversità di tempi e spazi connesse non solo in termini di collocazione delle diverse opere (prima esposte singolarmente in una chiesa ed ora riproposte in un allestimento espositivo sinottico) ma anche e soprattutto connesse per le diversità di gusto dei visitatori e di collocazione degli allestitori. Qui il tema si trasferisce nel campo dell'esperienza estetica che traduce la mistica in fascinazione e soggezione più ancora che nella percezione del bello e del religioso; la chiesa luogo collettivo di preghiera e di estetica del religioso di un allora si traduce nella progettazione e realizzazione di uno spazio laico di un nuovo religioso estetico e soggettivo. Come dire che lo spazio dell'artista viene messo in scena, viene piegato ad acquisire forme e funzioni di teatro dell'artista ed allora il visitatore diviene non più solo spettatore d'arte ma attore che piega e dispiega il suo corpo, il suo sguardo nella ribalta espositiva. In questo senso Putti parla dell'indagine visiva che mette il corpo in mostra, che disvela il corpo di questo particolare attore come un farsi pratica del suo sguardo verso la sacralità della mostra prima che verso le immagini di un sacro. Il pubblico che "vede" deve esporre il proprio corpo ed usare il proprio occhio all'interno di uno spazio-struttura già data ed "offerta" secondo una logica interna al percorso espositivo stesso: quello che gli antropologi hanno chiamato assunzione della prospettiva emica.

In particolare il disvelamento di questa prospettiva appare in tutta la sua evidenza sia dal film prodotto da Putti con la selezione del materiale di ricerca girato nella mostra – e qui allegato su dvd dal titolo *Gente in mostra* – sia dall'archivio informatizzato, realizzato da Massimiliano Coviello, con la struttura di database e che attraverso una ricerca per parole-chiave permette di relazionare una serie di categorie tassonomiche con le immagini fisse ed in movimento estratte appunto dalla ricerca visiva e questo secondo livello di elaborazione analitica è particolarmente carico non solo di "utilità conoscitiva" ma anche di implicazioni progettuali.

Infine, per chiarire ancor meglio quali spazi d'indagine e di progettazione possa aprire questo contributo antropologico su di una mostra e su di un pubblico, una risposta ulteriore è nella riflessione di Ezio Raimondi – direttore della rivista dell'Istituto per i Beni Artistici Culturali e Naturali della Regione Emilia Romagna – che pongo anche come apertura alle pagine che seguono sul lavoro di ricerca degli antropologi e non solo:

“[...] una visione precisa degli oggetti e il riconoscimento rigoroso che essi non possono essere sacrificati alla logica astratta dei mezzi comunicativi, ma debbono imporre la propria natura, il proprio *ethos*, con una sintesi intelligente tra lo strumento e il messaggio. [...] Certo i beni culturali [...] non possono fare a meno del silenzio e del raccoglimento: vogliono un'esperienza personale, in dialogo diretto, come un incontro faccia a faccia, in una sorta di intimità semplice ma reale. Appartengono alla vita ordinaria, vivono nella luce del quotidiano, sono accanto a noi anche quando sono consegnati a un museo. E il problema sta allora nel sapere comunicare anche ciò che fa parte dell'ordinario e del quotidiano, nel renderlo vivo, nel restituirgli il suo potere singolare di epifania, la facoltà di rivelare un valore che ci appartiene, ed è forse uno dei nostri fondamenti. In fondo anche i beni culturali valgono come una magia e un insegnamento. Quello che si

chiede ora è che la magia, ossia la macchina stupefacente della comunicazione, sappia dare nuova forza all'insegnamento, al momento della cultura..."<sup>3</sup>.

Siena, gennaio 2006

---

<sup>1</sup> *Duccio. Alle origini della pittura senese*, a cura di A. Bagnoli, R. Bartalini, L. Bellosi, M. Laclotte, Milano, Silvana editoriale, 2003. Inoltre la Banca Monte dei Paschi di Siena ha pubblicato un'edizione fuori commercio del volume sull'artista, con una parziale aggiunta di testi ed immagini rispetto al catalogo: *Duccio. Siena fra tradizione bizantina e mondo gotico*, curata da A. Bagnoli, R. Bartalini, L. Bellosi, M. Laclotte, Milano, Silvana editoriale, 2003.

<sup>2</sup> Giovanni Santi, *Siena mostra Duccio*, testi di M. Bettini, M. Civai, P. Daverio, Siena, Protagon Editori Toscani – Prato, Gli Ori, 2004.

<sup>3</sup> Ezio Raimondi, *La magia del comunicare*, in "IBC – Informazioni Commenti Inchieste sui Beni Culturali" dell'Istituto per i Beni Artistici Culturali e Naturali della Regione Emilia Romagna, X, n. 4, 2002, p. 3.