

EXIBART magazine

Inchiesta sul ruolo del museo (di arte contemporanea) oggi.

Mario Finazzi intervista Alfredo Cramerotti

1 Giugno 2018

1) Come sta cambiando il ruolo del museo nella società di oggi?

In meglio, direi.

Non ha più a che fare con il “cosa” ma piuttosto con il “come”. Mi spiego meglio: come Direttore, vedo il museo di oggi come un luogo sicuro dove si presentano, discutono, cambiano, proiettano nel futuro idee anche “pericolose”, approcci alla vita e al mondo che non necessariamente hanno a che fare con lo status quo, ma piuttosto con quello che sarà.

2) Come immagina il museo del futuro? Che tipo di servizi dovrà offrire?

Io, quotidianamente, immagino MOSTYN tra cinquant'anni, nel 2068, e connetto i puntini all'indietro. Provo a lavorare, insieme al mio team, su quello che sarà importante tra dieci, venti, quarant'anni, e cerco di capire come possiamo organizzare e mostrare al meglio questa “conoscenza” che non è nostra del museo, e' piuttosto della società in generale.

Il museo del futuro lavora in una modalità di futuro anteriore, ecco. Un museo dove si fanno delle cose, non solo si guardano. Dove l'arte si produce, non solo si mostra. Dove la cultura visiva si genera, non si riflette.

3) È ancora importante per un museo avere un programma espositivo ben definito e strutturato, o è preferibile organizzare mostre di grande richiamo che seguano i trend del momento?

Entrambe. MOSTYN ha una programmazione ben specifica, quasi unica nel suo genere perché tende a connettere lo spazio espositivo, la storia contemporanea e futura, la città e il contesto socio/economico/culturale, gli artisti e il programma secondo modalità definite e strutturate. Non mostriamo mai progetti artistici che non abbiano una ragione forte per essere presentati qui e ora. Ce lo possiamo permettere perché siamo nel nord del Galles, e la nostra audience (che arriva a 100.000 visitatori l'anno se includiamo i partecipanti al festival d'arte contemporanea cittadino ogni settembre) la dobbiamo costruire a ogni stagione. Non c'è mai niente che diamo per scontato, per acquisito.

Se MOSTYN fosse a Londra o Mosca o New York o Lagos, la cosa sarebbe più complicata perché in quei centri urbani le aspettative sono molteplici, e le pressioni sia del pubblico che dei media che dei finanziatori si decuplicano. In quel caso, avrei bisogno di complementare il programma *site-specific*, o meglio, *place-responsive*, con dei progetti che abbiano appeal sulla massa di visitatori, che siano turisti, studenti o abitanti. Più si è grandi, più il programma si deve allargare, in un certo senso.

4) Che tipo di strategie deve adottare un museo per competere efficacemente con gli altri musei?

Vedi punti 2 e 3

5) Quali sono i compiti a cui un museo non può assolutamente rinunciare? Quando un museo non è più un museo?

Vedi punti 2 e 3 e 6

6) In che modo un museo sceglie gli artisti e le opere da esporre? Deve adottare politiche per scoprire e promuovere i giovani artisti? E quali?

Certo che deve scoprire e promuovere. Artisti, ma anche curatori, produttori, critici, videografi, tecnologi, autori nel più ampio senso del termine. Se un museo non cerca, non trova. Si limita a riprodurre, e contestualizzare, e storicizzare – che sono attività e obiettivi importanti e che fanno parte della mission del museo, ma che non bastano, da come la vedo io, a fare del museo una struttura dove la cultura “si fa” e non “si recepisce”. E’ più importante far parte di qualcosa che non prenderne atto che c’è. Questo almeno è come vivo io, ma vedo che le persone che ho raccolto attorno al MOSTYN – con me da ormai sette anni – condividono gli stessi valori. E forse un caso non è’.