«Il nuovo direttore generale della Pinacoteca di Brera e della Biblioteca Braidense, **James Bradburne**, illustra il suo progetto per il rilancio del complesso che vede al centro il museo»

Riceviamo e pubblichiamo

Riportare Brera nel cuore di Milano. E il visitatore al centro di Brera. Una Brera in dialogo con la città e allo stesso tempo proiettata in una prospet- tiva internazionale. Una visione resa possibile anche grazie all'autonomia che consentirà il sostegno a Brera da parte di nuovi partner privati. A 100 giorni dalla sua nomina a nuovo direttore generale della Pinacoteca di Brera e della Bi- blioteca Braidense, **James Bradburne,** alla presenza di **Dario Franceschini**, Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, illustra il suo progetto per il rilancio del complesso che vede al centro il museo che contiene tesori tra i più importanti dell'arte italiana.

"Il mio obiettivo è far sì che i milanesi tornino a innamorarsi di Brera. Se Milano abbraccia la sua Brera, il mondo la segue" afferma il direttore nel comunicare le linee guida di un programma triennale che già nel 2016 vedrà realizzarsi tappe importanti su differenti livelli strategici: cittadino, culturale ed economico. "*La missione di Brera nei prossimi anni deve essere quella di conservare la sua collezio- ne rendendola parte integrante della vita contemporanea, al servizio della più am- pia gamma possibile di utenti di tutte le età, nazionalità ed etnie. Le opere saranno utilizzate per stimolare la curiosità, affinare la critica e la percezione, aumentare l'intelligenza visiva. Non dobbiamo banalizzare la cultura, ma rendere consapevole il pubblico di oggi che Mantegna, Caravaggio, Raffaello sono stati artisti perfetta- mente contemporanei, nel significato più radicale. Come diceva Nelson Goodman, "noi siamo istituzioni per prevenire la cecità".*

PIANO CITTADINO. Brera "cuore" e "nel cuore" di Milano, significa partire da tre parole chiave: ascolto, accessibilità, accoglienza. "*L'idea è quella di creare una "grande brera" che non sia un'operazione immobiliare ma una visione cittadina*" dice il direttore prendendo ispirazione anche dagli scritti di Franco Russoli, il soprintendente che a fine anni 60 immaginava il museo come "*arma di cultura attiva, un luogo dove si va per alimentare i*

Phoca PDF

propri problemi di conoscenza". Una strategia che punta il compasso sul *genius loci* Brera, la sua identità e dunque

si allarga all'intero complesso: Pinacoteca, Biblioteca, Accademia, Osservatorio, Orto Botanico, Istituto Lombardo Accademia di Scienze e Lettere. Si parte dal cortile napoleonico che diventerà un "cortile delle arti" sul quale si affacciano Ac- cademia e Pinacoteca. Riarredato con cestini, panchine, segnaletica fissa ed elet- tronica diverrà uno spazio pubblico aperto a tutti, un luogo dove si svolgeranno eventi in funzione di un visitatore che sia "fruitore" della sua Brera. Per quel che riguarda la **Pinacoteca** il progetto vedrà il riallestimento di tutte le 38 sale in tre anni con nuove sedute, wifi, nuove uniformi firmate Trussardi per lo staff. Come prima tappa l'inaugurazione il 16 giugno prossimo di un nuovo assetto dell'ingres- so e dell'accoglienza con un miglioramento dei servizi essenziali, dal guardaroba all'informazione, in previsione di un nuovo shop, di un caffè e altri servizi per il

2017. Entro il 2018 si intende riqualificare inoltre l'ingresso di via Fiori Oscuri 4 all'Orto Botanico e all'Osservatorio Astronomico così da creare un chiaro asse di percorso, un vero "Viale delle scienze". Una Brera aperta alla città e ai suoi abitanti che comprende un utilizzo pieno degli spazi della **Biblioteca Braidense** da vivere come luogo a misura del visitatore, per un'esperienza che sia "un'avventura" come

scriveva Umberto Eco nel suo "De biblioteca", dove si può passare dalla lettura dei giornali a quella dei testi di Galeno. "*La sfida* – dice Bradburne – *è quella di riconnettere il museo all'oggi, con un "ascolto" del visitatore-detective dell'arte. Lo abbiamo fatto a Palazzo Strozzi per 8 anni. A Brera, la possibilità si moltiplica, gra- zie alle straordinarie risorse di un complesso unico*". Infine il traguardo, nel 2018, a quasi cinquant'anni dall'acquisto, della piena disponibilità di **Palazzo Citterio**, con la ricollocazione in quella sede delle collezioni Jesi e Vitali, straordinari esempi del più illuminato collezionismo milanese. Tra gli obiettivi non secondari la riqua- lificazione del Palazzo di via Brera 19 che potrebbe essere destinato a sede di aule dell'Accademia, dei depositi visitabili, di un ristorante e altre attività.

PIANO CULTURALE. Un rinnovamento che coinvolge anche la qualità dei ser- vizi. Sempre nella visione strategica di Brera cuore di Milano che vede al centro l'interesse del fruitore, cambio di marcia anche nella politica dei prezzi. Si andrà incontro al pubblico, favorendo una visita frequente alla Pinacoteca grazie a un biglietto intero dal costo di € 10 valido per tre mesi, con il visitatore che diventa amico di Brera temporaneo. "*Nel programma triennale è previsto un riallestimento progressivo di tutta la Pinacoteca, per fare di Brera un museo che parli all'altezza di una collezione di importanza mondiale"* dice Bradburne. Valorizzare la collezione significa anche mettere in campo a questo scopo tutti gli strumenti utilizzati di solito per le esposizioni temporanee. I riallestimenti saranno accompagnati e chiariti da "dialoghi" – della durata di tre mesi - con quadri "ospiti" tra alcuni dipinti della Pinacoteca e opere in prestito, costruiti per attualizzare e approfondire il senso delle opere di Brera. Per il 2016 ci saranno i riallestimenti di tre nuclei, centrati su tre capolavori del museo. Il primo, il 17 marzo, avrà come fulcro Raf- faello, il secondo, il 16 giugno, Mantegna, il terzo, il 27 ottobre sarà focalizzato su Caravaggio. Ogni tappa sarà l'occasione per verificare l'effetto dei nuovi ap- procci interpretativi che comprenderanno testi di sala, didascalie, illuminazione e colore delle pareti. L'efficacia reale degli allestimenti sarà accertata attraverso "Brera ascolta", una consultazione periodica alla quale saranno chiamati tutti i cittadini interessati. In questo

Phoca PDF

contesto i capolavori della Pinacoteca resteranno “a casa”: non verranno effettuati prestiti delle opere per tre anni. Una strategia di valorizzazione della collezione che vedrà anche la ripresa dell’iniziativa “Brera mai vista”, opere dai depositi ricollocate provvisoriamente nelle sale, attorno alle quali sarà costruito un percorso speciale. L’idea è quella di un museo non come sede soltanto di contemplazione o di studio della tradizione o di una disciplina, la storia dell’arte, ma, come ancora diceva Franco Russoli, “*un luogo in cui si costruisce e si vive lo sviluppo della realtà contemporanea. Non occupazione per il tempo libero, bensì per il tempo impegnato*”. Un progetto che prevede una cura specifica per l’attività educativa, non intesa in senso restrittivo per le scuole ma per l’intera gamma di visitatori, che peraltro è già inscritta chiaramente nel DNA di Brera che vanta in questo campo una tradizione d’avanguardia. Saranno attivati servizi e kit per famiglie e bambini tra cui “un passeggino nel museo”, tour dedicato alle mamme con bambini con meno di 18 mesi, la borsa di Brera e l’iniziativa “Top Ten”, percorso dedicato ai 10 quadri scelti dai bambini. “*Tutto questo sarà possibile perché sarà data molta importanza allo staff, riportato al centro dell’esperienza di Brera*” dice Bradburne.

PIANO ECONOMICO. Un altro livello di sviluppo strategico, collegato alle nuove linee guida della riforma del ministro Franceschini, è quello dell’autonomia economica. “*Come autonomia intendiamo autonomia di spendere ma anche di costruire un rendiconto che sia uno strumento di verifica dei risultati annuali* – spiega il direttore – *Oltre ai dati economici dell’anno testeremo infatti la soddisfazione dei visitatori, l’impatto economico sul territorio e sulla stampa*”. Autonomia che renderà possibile l’ingresso di partner privati e di sponsor attraverso la nascita di due nuovi strumenti. Oltre ai finanziatori privati già esistenti e agli Amici di Brera, per aumentare il potenziale di raccolta fondi si sta creando infatti l’Associazione di Partner Brera (APB) che permetterà alle aziende italiane di unirsi per sostenere Brera. E l’Associazione American Friends of Brera che consentirà a Brera di raccogliere fondi negli Stati Uniti offrendo la deducibilità ai soggetti americani.

Phoca PDF