

Dichiarazione del ricorso a strumenti di Intelligenza Artificiale (IA)

La sottoscritta *Benedetta Taddeucci*, matricola numero *907967*, iscritta presso Ca' Foscari al corso di Laurea magistrale in *Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali (EGArt)*, autrice dell'elaborato finale/tesi di laurea *Tra agency e determinazione sociale: il pubblico veneziano delle gallerie d'arte contemporanea*, relatrice *Federica Maria Giovanna Timeto*, consapevole delle sanzioni previste dall'art. 76 del Testo unico, D.P.R. 28/12/2000 n.445, e della decadenza dei benefici prevista dall'art. 75 del medesimo Testo unico in caso di dichiarazioni false o mendaci, sotto la propria personale responsabilità ai sensi degli artt. 46 e 47 del D.P.R. 28/12/2000 n. 445,

DICHIARA

di NON aver fatto ricorso a tecnologie di intelligenza artificiale generativa per supportare vari aspetti della ricerca e della scrittura del suo elaborato finale/della sua tesi di laurea.

Milano, lì 29/09/2026

Firma: *Benedetta Taddeucci*



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea
in Economia e Gestione
delle Arti e delle attività culturali

Tesi di Laurea

Tra *agency* e determinazione sociale: il pubblico veneziano delle gallerie d'arte contemporanea

Relatrice

Prof.ssa Federica Maria Giovanna Timeto

Correlatore

Prof. Marco Baravalle

Laureanda

Benedetta Taddeucci

Matricola 907967

Anno Accademico

2025 / 2026

Indice

Introduzione	2
1. Il consumo culturale: dalla teoria classica alle trasformazioni contemporanee ...	6
1.1 Il pubblico attore nei mondi dell'arte: partecipazione e oggetto di ricerca	6
1.2 Pierre Bourdieu e la teoria del capitale culturale tra <i>habitus</i> , gusto e distinzione sociale	9
1.3 Il superamento dell'esclusività culturale e l'emergere del paradigma onnivoro ..	16
1.4 Le nuove prospettive su pubblico e fruizione culturale	22
2. La galleria d'arte contemporanea tra estetica e simbolismo	31
2.1 Valenza artistica, logiche di mercato e dimensione pubblica nella complessità istituzionale della galleria	31
2.2 Accesso e soglia: condizioni d'ingresso	41
2.3 Abitare lo spazio espositivo tra coinvolgimento e modalità fruibili	47
3. Il pubblico delle gallerie d'arte contemporanea a Venezia: un'analisi empirico-comparativa	58
3.1 Disegno di ricerca e impostazione metodologica della raccolta dati	58
3.2 Configurazione delle gallerie selezionate: gli spazi di AKKA Project e Panorama	63
3.3 Composizione socio-demografica e caratteristiche socio-culturali del pubblico .	70
3.4 Determinazione sociale, <i>agency</i> e spazio nelle pratiche di fruizione	75
3.4.1 <i>Prospettive di analisi dalle disposizioni individuali alla partecipazione</i>	75
3.4.2 <i>Evidenze empiriche nell'esperienza di AKKA Project</i>	78
3.4.3 <i>Evidenze empiriche nell'esperienza di Panorama</i>	88
3.5 Sintesi e interpretazione dei risultati della ricerca	95
Conclusioni	99
Appendice A	101
Appendice B	102
Bibliografia	103

Introduzione

Il presente lavoro di ricerca nasce dall'interesse per le dinamiche sociologiche sottese al rapporto tra il visitatore e la galleria d'arte nel momento in cui il primo ne varca la soglia; l'attenzione si concentra sui fattori che spingono un individuo a entrare in uno spazio espositivo, sulle condizioni che ne favoriscono l'accesso e sulle dinamiche attraverso cui la fruizione si configura.

L'interesse per il tema è maturato a partire dall'esperienza svolta durante lo stage curricolare presso uno di questi spazi, che ha permesso di osservare le modalità di presenza del pubblico e rilevarne la varietà interna, anche in assenza di un'intenzione di acquisto e riconoscendo un luogo di pubblica fruizione artistica: alcuni visitatori apparivano più cauti nell'avvicinarsi alle opere, altri più disinvolti; alcuni mostravano una conoscenza preliminare degli artisti e dei relativi linguaggi, altri sembravano essere attratti da dettagli e sensazioni; alcuni mostravano familiarità con contesti espositivi analoghi, per altri l'esperienza appariva meno consueta.

Da quella che inizialmente si presentava come la semplice osservazione di un pubblico eterogeneo è nata la curiosità di comprendere quali dinamiche contribuissero nel concreto alla sua composizione. Tale curiosità è diventata il punto di partenza per una ricerca sul pubblico delle gallerie d'arte contemporanea a Venezia, con l'obiettivo di indagare i meccanismi sociologici che, operando da direzioni differenti e talvolta apparentemente contrapposte, concorrono a determinare l'accesso allo spazio espositivo e l'esperienza che al suo interno si sviluppa.

La domanda principale da cui il lavoro prende avvio riguarda l'origine della spinta che conduce un individuo verso lo spazio e viene affrontata attraverso due prospettive interpretative contrapposte: da un lato, quella dell'*agency* individuale, intesa come la capacità del singolo di orientare la propria azione sulla base di sensibilità e motivazioni interiori non riconducibili al suo ruolo nel mondo; dall'altro lato, quella dei condizionamenti sociali e culturali, che riconduce le modalità di fruizione ai contesti entro cui gli individui si formano e sviluppano le proprie disposizioni. La prima visione considera la possibilità che l'ingresso in galleria sia sostenuto da una spinta individuale,

che può manifestarsi come attrazione, curiosità o affinità nei confronti dell'offerta proposta. La seconda porta a interrogarsi sulla misura in cui l'accesso è influenzato dal contesto familiare in cui l'individuo è nato e cresciuto, dal percorso educativo intrapreso, dalle esperienze accumulate e dagli ambienti sociali e professionali frequentati. La questione può essere sintetizzata nella tensione tra ciò che il soggetto sembra portare con sé e ciò che il contesto contribuisce a cucirgli addosso, tra la capacità individuale di orientarsi e sentire e l'insieme delle prefigurazioni che rendono probabile tale orientamento. Per affrontare questo interrogativo, il lavoro di tesi è stato articolato in tre capitoli, dei quali i primi due sono dedicati alla costruzione del quadro teorico, mentre il terzo è riservato all'indagine empirica.

Il primo prende in esame il rapporto tra individuo e consumo culturale, ricostruendo alcune delle principali prospettive sviluppate dai sociologi dell'arte a partire dalla fine degli anni Settanta. Viene anzitutto considerata la teoria del capitale culturale di Pierre Bourdieu, secondo cui le pratiche individuali devono essere comprese alla luce delle condizioni sociali entro cui *habitus*, gusto e pratiche culturali prendono forma. Il capitale trasmesso e acquisito durante l'infanzia contribuisce alla formazione di disposizioni durevoli che orientano il modo in cui gli individui interpretano e valutano i prodotti culturali.

Il capitolo considera poi gli sviluppi successivi a questa prospettiva, soffermandosi sul passaggio da una concezione della fruizione fortemente legata alla posizione sociale dell'individuo a interpretazioni attente alla pluralità dei gusti e delle pratiche culturali. Si rimanda al contributo di Richard Peterson e Roger Kern (1996), che individuano nella figura del consumatore onnivoro una trasformazione delle modalità di distinzione: il fruitore non viene più identificato con il soggetto che possiede i codici della cultura legittima e orienta i consumi verso forme artistiche considerate alte, ma con un individuo capace di spaziare tra differenti ambiti e manifestare gusti eterogenei. A partire da questo contributo vengono considerate le successive elaborazioni della teoria, che ne hanno ampliato, discusso e problematizzato le implicazioni.

Nella parte conclusiva del primo capitolo vengono introdotte le prospettive più recenti, utili a spostare l'attenzione verso la componente agentiva e ciò che di meno determinista accade nella relazione tra individuo e oggetto culturale. I contributi delle studiose Georgina Born, Vera Zolberg e Rita Felski permettono di introdurre una lettura che

individua nell'esperienza artistica il risultato di una relazione in cui intervengono tanto le disposizioni e le caratteristiche del soggetto quanto l'incontro con l'opera, con lo spazio e con la situazione specifica nella quale il collegamento si genera; assume rilevanza l'attaccamento nei confronti dell'arte, nonché la dimensione affettiva del sentire.

Il secondo capitolo sposta l'attenzione dal chi al dove, allo spazio nel quale l'esperienza si realizza: la galleria d'arte contemporanea. Il capitolo ne analizza la natura ambivalente, sospesa tra funzione artistica e logiche di mercato; nonostante la galleria si configuri istituzionalmente come un'attività privata a carattere commerciale, il suo funzionamento eccede la sola dimensione della vendita e aprendosi alla mediazione.

Vengono affrontati i temi dell'accesso e della soglia, quest'ultima intesa come dispositivo materiale e simbolico che separa il dentro dal fuori e che può favorire o ostacolare l'ingresso. Viene richiamato il concetto di *threshold fear* – elaborato da Elaine Heumann Gurian (2005) –, ovvero il possibile senso di disagio ed estraneità che il visitatore sperimenta di fronte all'ingresso di uno spazio culturale austero e intellettualmente dispendioso. La soglia rappresenta un momento cruciale dell'esperienza: affinché la fruizione possa aver luogo, deve essere oltrepassata tanto sul piano fisico quanto su quello simbolico.

L'attenzione si sposta quindi all'interno, sui dispositivi attraverso cui la galleria costruisce e orienta l'esperienza del visitatore. Viene considerato il ruolo della mediazione e degli elementi spaziali, comunicativi e relazionali che possono rendere l'esperienza più accessibile e coinvolgente oppure, al contrario, accentuare la distanza. È introdotto il concetto di *affordance*, elaborato da James J. Gibson (1979) all'interno del suo approccio ecologico alla percezione: rimanda alle possibilità di azione che l'ambiente offre a un individuo in base alle caratteristiche dell'ambiente stesso e alle capacità percettive e corporee del soggetto. L'analisi della galleria da questo secondo versante risulta necessaria per completare la prospettiva adottata nel primo capitolo: se da un lato ci si interroga sui fattori che orientano l'individuo verso l'arte e lo spazio espositivo, dall'altro è necessario comprendere come sia lo spazio stesso, attraverso le proprie caratteristiche materiali, simboliche e relazionali, ad attrarre o respingere il visitatore.

Infine, il terzo capitolo, cuore dell'intero lavoro, riunisce le prospettive teoriche attraverso un'indagine empirica condotta sul campo. La ricerca si basa su interviste semi-strutturate di carattere qualitativo, rivolte a cinque visitatori per ciascuna delle due realtà veneziane

prese in esame, AKKA Project e Panorama, selezionate in ragione della loro rilevanza nel territorio veneziano, nonché della diversa configurazione nel sistema dell'arte contemporanea: i due spazi presentano infatti caratteristiche differenti per struttura, posizionamento e modalità di costruzione delle reti relazionali, e costituiscono pertanto due contesti utili per osservare come modalità di accesso, motivazioni della visita e forme di fruizione si strutturino. L'analisi delle interviste è orientata a mettere in relazione quanto emerso dal materiale empirico con le prospettive teoriche, interrogandosi sulla misura in cui le esperienze e le caratteristiche degli intervistati consentano di individuare una prevalenza dell'*agency* individuale o, al contrario, dell'incidenza delle condizioni sociali e culturali nella determinazione dell'accesso e della fruizione.

L'analisi condotta nei tre capitoli permette infine di tornare all'interrogativo iniziale, osservandolo alla luce delle evidenze emerse dalla ricerca: l'arte contemporanea è per chi è in grado di decodificarla oppure per chi sa lasciarsi emozionare?

1. Il consumo culturale: dalla teoria classica alle trasformazioni contemporanee

1.1 Il pubblico attore nei mondi dell'arte: partecipazione e oggetto di ricerca

Le pratiche culturali costituiscono una dimensione fondamentale dell'agire sociale, e al suo interno la partecipazione del pubblico assume centralità ai fini della produzione e della legittimazione del campo. A questa dimensione si rivolge il presente lavoro di ricerca, che assume il pubblico delle gallerie d'arte contemporanea come oggetto privilegiato di analisi¹, distinguendolo dai clienti e considerando la fruizione nella sua significatività.

Nel celebre volume *I mondi dell'arte* (2012), Howard S. Becker afferma che l'arte non va intesa come il prodotto di un individuo isolato, bensì come il risultato di processi collettivi che coinvolgono una molteplicità di attori, coordinati da convenzioni condivise e partecipanti dei mondi dell'arte². All'interno di tali reti rientrano le figure professionali responsabili della produzione e della distribuzione del prodotto artistico, e anche i fruitori, la cui presenza contribuisce al sostegno del sistema: “il pubblico fornisce sia il sostegno materiale, attraverso il denaro speso, sia il sostegno estetico, mediante la comprensione e la risposta all'opera”³; e ancora “esso garantisce agli altri che ciò che ha superato questa prima selezione merita di essere preso in considerazione”⁴. Per Becker, il pubblico è articolato secondo differenti modalità di partecipazione, variabili in funzione del grado di familiarità con le convenzioni e delle forme di relazione con l'istituzione artistica⁵: distingue tra “fruitori occasionali” e “frequentatori abituali”, suggerendo che l'accesso alle pratiche culturali risulta legato a condizioni sociali e culturali specifiche⁶. Questa

¹ Nel presente lavoro, l'espressione “gallerie d'arte contemporanea” è utilizzata in senso operativo per indicare spazi espositivi privati dedicati alla presentazione e mediazione dell'arte contemporanea, indipendentemente dal loro grado di istituzionalizzazione o dal modello organizzativo.

² Cfr. H. Becker, *I mondi dell'arte*, Il Mulino, Bologna 2012, p. 2.

³ Ivi, p. 54.

⁴ Ivi, p. 48.

⁵ Ibid.

⁶ Ibid.

eterogeneità suggerisce come la partecipazione artistica del pubblico vari in relazione alle risorse individuali, che si articolano lungo differenti gradi di coinvolgimento⁷.

Tale differenziazione, tuttavia, non viene sistematizzata da Becker in termini di struttura delle disuguaglianze, aprendo così la necessità di un quadro teorico in grado di analizzare i meccanismi di diversificazione nell'accesso alle pratiche culturali; è in questa direzione che si colloca il contributo di Pierre Bourdieu, per cui si rimanda alle seguenti pagine.

Rispetto ad altre forme culturali, le arti visive presentano una specificità rilevante: la relativa porosità dei confini. Se l'accesso a uno spettacolo teatrale o a un concerto implica generalmente una scelta mediata da barriere economiche e organizzative stringenti, entrare in uno spazio espositivo appare, almeno sul piano materiale dell'accesso, più agevole⁸. Tale facilitazione si articola in due direzioni precise. Sul piano prettamente monetario, il sistema delle arti visive si fonda su una netta differenziazione degli spazi: mentre i musei pubblici adottano stabilmente – e più spesso rispetto a cinema e teatri – politiche di gratuità o a tariffa ridotta, il circuito delle gallerie d'arte private si configura, per statuto commerciale, come uno spazio a ingresso libero e gratuito, in cui l'onere economico è interamente spostato sul momento dell'eventuale acquisto dell'opera e non sull'atto della fruizione⁹. Inoltre, l'accessibilità materiale è garantita da una flessibilità temporale assente nelle arti performative¹⁰: lo spazio espositivo svincola il visitatore dalla sincronicità dell'evento – che in uno spettacolo visivo impone il rispetto di orari rigidi di inizio e fine –, consentendogli di determinare autonomamente durata, tempi e modalità della visita¹¹.

Tali facilitazioni consentono l'inclusione di soggetti non necessariamente mossi da un interesse artistico strutturato, e sollevano al tempo stesso una serie di interrogativi sociologici: in che misura l'ingresso riflette una scelta individuale autonoma e quanto invece socialmente condizionata? Quali disposizioni, competenze o forme di familiarità rendono possibile – o al contrario ostacolano – la permanenza in questi spazi? E ancora,

⁷ Ivi, p. 29.

⁸ Cfr. A. Wiśniewska, et al., "An economic valuation of access to cultural institutions: museums, theatres, and cinemas", in *Journal of Cultural Economics*, Vol. 44, N. 4, Springer Nature, Berlino 2020, p. 566.

⁹ Ibid.

¹⁰ Cfr. J. G. Brida, et al., "Time allocation in a museum: an empirical investigation", in *European Journal of Tourism Research*, Vol. 7, International University College Press, Dobrich 2014, p. 6.

¹¹ Ibid.

quali sono i meccanismi che producono interesse, distanza o indifferenza nei confronti dell'arte?

Tali quesiti risultano particolarmente sfidanti nell'ambito dell'arte contemporanea, spesso definito complesso, talvolta divisivo, e non immediatamente accessibile nei suoi codici artistici: la sua pluralità di linguaggi, pratiche e riferimenti rende infatti meno evidente l'esistenza di regole condivise, contribuendo a rafforzare la percezione di una distanza non solo sociale, ma anche interpretativa tra opera e pubblico. A sostegno di questa tesi si rimanda al lavoro di Arthur Danto, filosofo e critico d'arte statunitense:

L'idea che l'opera d'arte possa, o abbia potuto in passato, trasmettere immediatamente i propri caratteri attraverso i sensi, senza la mediazione del pensiero, era concepibile quando l'arte era mimetica. Ma oggi lo è sempre meno e, di conseguenza, è sempre meno in grado di essere compresa attraverso i soli sensi¹²¹³.

Non essendoci alcuna direzione comune, non è possibile creare una narrazione unitaria dell'arte contemporanea, con chiare implicazioni sull'apprezzamento individuale.

In questo scenario, l'indagine sul campo assume una rilevanza centrale. Le gallerie d'arte contemporanea rappresentano un osservatorio prezioso per analizzare la tensione tra le strategie istituzionali e l'*agency* del visitatore. Pur configurandosi come realtà commerciali orientate alla vendita, rimangono luoghi di esposizione, mediazione e costruzione del valore simbolico, e in quanto tali vi si deve approcciare. L'analisi di Becker permette di scardinare l'idea di una fruizione passiva, suggerendo che la relazione tra produzione e ricezione sia un processo di costruzione reciproca¹⁴. Il pubblico appare come il prodotto delle pratiche di mediazione che strutturano il mondo artistico.

Le gallerie non si limitano a intercettare un pubblico già formato, ma partecipano attivamente alla sua costruzione, orientandone le competenze interpretative e contribuendo a definire i modi legittimi di fruizione delle opere¹⁵. Questo suggerisce una prima riflessione sul peso del contesto: la fruizione artistica, pur realizzandosi attraverso un'esperienza individuale, non è un processo autonomo e isolato, ma è influenzata da cornici istituzionali e culturali che ne orientano l'interpretazione.

¹² A. Danto, "*The End of Art: A Philosophical Defense*", in *History and Theory*, Vol. 37, No. 4, John Wiley & Sons, Hoboken 1998, p. 136.

¹³ Ove non diversamente indicato, le traduzioni delle citazioni in lingua straniera sono a cura dell'autrice.

¹⁴ Cfr. H. Becker, *I mondi dell'arte*, Il Mulino, Bologna 2012, p. 115.

¹⁵ Ivi, p. 116.

Tuttavia, se per l'autore tale mediazione è una cooperazione funzionale, resta da stabilire se per l'individuo essa rappresenti un'opportunità di scelta o una strada predefinita dalle proprie dotazioni sociali. Per comprendere come tali differenze possano tradursi in disuguaglianze strutturate nell'accesso e nella partecipazione, è necessario integrare la prospettiva di Becker con un quadro teorico capace di analizzare le relazioni tra capitale, gusto e stratificazione sociale.

1.2 Pierre Bourdieu e la teoria del capitale culturale tra *habitus*, gusto e distinzione sociale

Pierre Bourdieu è talvolta considerato un autore di impianto determinista, in quanto interpreta la società come un sistema strutturato e strutturante al tempo stesso¹⁶.

Questa impostazione emerge chiaramente in *Forme di Capitale* (1983), in cui il sociologo si oppone alla teoria economica classica, storicamente inaugurata da Adam Smith: quest'ultimo considerava il mercato come un sistema naturale, efficiente e autoregolato da una mano invisibile, all'interno del quale gli individui operano in qualità di agenti dotati di eguali possibilità¹⁷. Una prima, fondamentale rottura con questa concezione era stata operata da Karl Marx: egli aveva evidenziato come la teoria classica tendesse a considerare le categorie fondamentali del capitalismo – merce, denaro e valore – come realtà ovvie, occultando i rapporti sociali storicamente determinati che ne costituiscono il fondamento¹⁸. Nella critica marxiana, l'uguaglianza formale nel mercato è solo apparente, giacché gli individui vengono ridotti a pure personificazioni dei rapporti economici¹⁹. Questo processo di astrazione culmina nel feticismo della merce, per cui ai prodotti del lavoro viene attribuito un valore intrinseco e indipendente dall'attività umana che li ha generati²⁰. Bourdieu si innesta in questo spazio critico, ma ne estende i confini. Se Marx aveva svelato la storicità dei rapporti di produzione, Bourdieu ritiene che la sola dimensione economico-materiale del mercato non basti a spiegare la riproduzione delle

¹⁶ Cfr. P. Bourdieu, *Forme di Capitale*, Armando Editore, Roma 2016, p. 56.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Cfr. K. Marx, *Il capitale*, Einaudi, Torino 2026, p. 140.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

disuguaglianze e il carattere strutturato della società²¹. Il posizionamento sociale degli individui si articola in uno spazio multidimensionale governato da tre principali tipologie di capitale – economico, culturale e sociale – e dalla specifica combinazione e quantità che ciascun agente ha a disposizione²².

Sin dalle prime pagine del volume, l'autore specifica una caratteristica importante del capitale culturale:

L'accumulazione di capitale culturale dalla prima infanzia – presupposto per acquisire le competenze utili in modo veloce e senza fatica – avviene senza indugio e perdita di tempo solo nelle famiglie che dispongono di un robusto capitale culturale, per cui l'intero tempo della socializzazione corrisponde a un tempo di accumulazione²³.

Ciò implica che l'accumulazione del suddetto risulti più agevole per gli individui cresciuti in contesti familiari già dotati di ampie risorse.

Di uguale importanza è, poi, il capitale sociale, che l'autore definisce le “risorse che riguardano l'appartenenza a un gruppo”²⁴: fama, avanzamenti di carriera, fitte reti di conoscenze rappresentano segni concreti del riconoscimento dell'individuo all'interno di un determinato ambiente²⁵. Quello sociale è strettamente intrecciato alle altre forme di capitale e dipende altresì dalle risorse possedute dagli individui con cui si entra in relazione²⁶. In questa prospettiva, si può ipotizzare che individui in possesso di scarso capitale economico e/o culturale abbiano minori possibilità di far parte in maniera attiva della società o, nel caso in esame, di un pubblico che, coerentemente con il modello teorico, dovrebbe essere composto da persone in rapporto diretto con le gallerie d'arte.

Un elemento centrale della teoria bourdieusiana riguarda il carattere non immediatamente riconoscibile delle disuguaglianze culturali²⁷: il capitale, infatti, non si manifesta in modo esplicito come una forma di potere, ma tende a presentarsi come gusto personale, competenza naturale o sensibilità estetica²⁸. In questo senso, il suo funzionamento è

²¹ Cfr. P. Bourdieu, *Forme di Capitale*, Armando Editore, Roma 2016, p. 56.

²² Ibid.

²³ P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 2001, p. 62.

²⁴ Ivi, p. 68.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ivi, p. 77.

strettamente legato a un processo di mascheramento simbolico, attraverso il quale le differenze sociali vengono erroneamente percepite come individuali²⁹. In base a questo impianto, si ipotizza la presenza di un pubblico a proprio agio con l'ambiente circostante, sensibile al valore estetico e capace di esprimere preferenze nette e distinguibili circa le opere in esposizione.

Se il volume finora preso in esame tratta una sistematizzazione più specifica del capitale, una precedente e più vasta formulazione era già presente in *La distinzione. Critica sociale del gusto* (1979): qui Bourdieu spiega che la quantità e il tipo di capitale a cui l'individuo è esposto concorrono alla formazione dell'*habitus*, un insieme di schemi mentali interiorizzati incorporati nel tempo e che orientano il modo di percepire, pensare ed agire nel mondo in maniera semi-automatica³⁰. A sua volta, dall'*habitus* derivano gli stili di vita, insiemi coerenti di pratiche che si manifestano in diversi ambiti, dal modo di vestire ed esprimersi fino a gusti personali e postura³¹.

Le pratiche si applicano in modo coerente in ambiti differenti³²; ad esempio, nel sociale si riflettono in uno stile coerente con quello dei campi culturale o lavorativo³³.

Il gusto, ulteriore concetto bourdieusiano, è una forma di percezione e di giudizio costruita nel tempo, che esprime la posizione dell'individuo nello spazio e le caratteristiche distintive della classe di appartenenza³⁴. Si comporta come un principio regolatore attraverso cui le necessità e le costrizioni sociali si trasformano in scelte e preferenze, non determinate meccanicamente ma dipendenti dalle posizioni nella gerarchia relazionale³⁵:

²⁹ Ibid.

³⁰ Cfr. P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 2001, p. 173.

³¹ Ivi, p. 175.

³² Ivi, p. 178.

³³ Con il termine *campo* Bourdieu indica uno spazio sociale strutturato e relativamente autonomo, dotato di regole proprie, costituito da un insieme di posizioni in relazione tra loro e caratterizzato dalla presenza di rapporti di forza tra posizioni dominanti e dominate. Nell'analizzare queste dinamiche, è opportuno precisare che l'utilizzo di categorie quali "dominanti" e "dominati" risponde alla necessità di restituire fedelmente il quadro teorico di Bourdieu. Sebbene tale terminologia possa apparire fin troppo dicotomica rispetto alla fluidità delle stratificazioni sociali contemporanee, essa rimane funzionale a comprendere come il sociologo francese intendesse mappare le asimmetrie di potere. Nel prosieguo della trattazione, tali definizioni verranno dunque impiegate come categorie analitiche volte ad evidenziare il peso del contesto e delle dotazioni ereditarie, piuttosto che come etichette statiche per descrivere l'identità dei soggetti. Cfr. P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 2001, p. 178.

³⁴ Ivi, p. 179.

³⁵ Ivi, p. 181.

È il gusto [...] quello che determina le pratiche oggettivamente conformi a queste risorse. È proprio esso a far sì che si abbia ciò che ci piace, perché piace ciò che si ha; cioè le proprietà che ci vengono assegnate dalla distribuzione delle risorse, in via di fatto, e che ci vengono attribuite nelle classificazioni, in linea di diritto³⁶.

L'impianto teorico di Pierre Bourdieu può essere assunto come una possibile chiave di lettura del pubblico. Qualora lo si adottasse, ci si attenderebbe di individuare non tanto differenze legate al reddito, quanto una specifica configurazione di capitale culturale e disposizioni di gusto connesse a una relativa distanza dalla necessità. I gusti si strutturano in base alla posizione occupata dall'individuo nella classe dominante: le frazioni che dispongono di elevato capitale economico tendono a esigere dall'arte un disconoscimento delle tensioni sociali, orientandosi verso un'estetica edonista dell'agio, tipicamente rappresentata, per esempio, dalla pittura impressionista³⁷; al contrario, quelle che l'autore definisce le "frazioni dominate della classe dominante"³⁸ – ovvero i detentori di un alto capitale culturale a fronte di un minore potere economico, come intellettuali e artisti – si schierano a favore di un'arte ascetica, che si esprime in rivoluzioni artistiche compiute in nome del rifiuto dell'ostentazione decorativa³⁹.

Seguendo questa logica, si può ipotizzare che l'arte contemporanea sia frequentata prevalentemente da questa aristocrazia della cultura: un pubblico che, non per forza dotato di grandi mezzi economici, possiede i codici necessari per apprezzare una produzione che spesso rinuncia deliberatamente alla gradevolezza immediata per farsi indagine concettuale.

All'interno dello stesso impianto teorico, le classi popolari – i dominati della classe dominata – sono associate a un diverso rapporto con l'estetico: la disposizione della fruizione artistica è storicamente connotata, e si configura come un privilegio tipicamente borghese⁴⁰. Presuppone una distanza dai bisogni materiali e una libertà di rapporto con l'oggetto che le classi meno abbienti, vincolate a esigenze pratiche, difficilmente possono

³⁶ P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 2001, p. 181.

³⁷ Ivi, p. 184.

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ivi, p. 186.

permettersi⁴¹. Ne deriva una contrapposizione tra “gusto per il lusso”, proprio delle classi facoltose, e “gusto per la necessità”, legato a funzioni immediate⁴². Non si tratta di una scelta consapevole, ma di un adattamento strutturale: la necessità economica impone una visione pragmatica che tende a escludere il piano simbolico⁴³. In questo senso, pur nella specificità dell’analisi bourdieusiana, emerge un elemento di continuità con la tradizione marxiana: le condizioni materiali di esistenza contribuiscono a strutturare le forme della percezione e dell’esperienza sociale.

Analizzando il rapporto tra produzione dei beni e formazione dei gusti – e dunque tra domanda e offerta – il sociologo evidenzia come le preferenze individuali non siano fenomeni isolati, ma dipendano strettamente dall’offerta disponibile⁴⁴. Per spiegare questa corrispondenza, Bourdieu introduce il principio di omologia funzionale, la relazione strutturale tra campo della produzione e campo del consumo⁴⁵. I due ambiti tendono a convergere nella misura in cui gli attori che vi operano – nella fattispecie, artisti e galleristi da un lato, fruitori e collezionisti dall’altro – occupano posizioni analoghe nello spazio sociale, condividendo *habitus* e dotazioni di capitale simili⁴⁶.

All’interno di questa cornice, l’appartenenza a un determinato contesto socio-culturale tende a orientare l’individuo verso certi artisti o spazi espositivi piuttosto che altri, poiché in essi il soggetto ritrova i segni della propria identità⁴⁷. Seguendo un simile impianto teorico, da ciò deriva l’ipotesi di una selezione del pubblico sia strutturata secondo logiche di corrispondenza tra disposizioni individuali e offerta culturale.

Laddove manchino le condizioni materiali per l’acquisto, la ricerca dell’esclusività si sposta sul piano delle pratiche di fruizione⁴⁸. Le classi dotate di elevato capitale culturale ma di scarse risorse economiche – come intellettuali e giovani creativi – mettono in atto strategie di distinzione radicale: rivendicano il potere di nobilitare oggetti comuni o linguaggi complessi attraverso uno sguardo colto, trasformando l’atto del guardare in una

⁴¹ Ibid.

⁴² Ivi, p. 181.

⁴³ Ivi, p. 186.

⁴⁴ Ivi, p. 242.

⁴⁵ Ivi, p. 283.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ivi, p. 300.

forma di appropriazione simbolica⁴⁹. Questo spiega la centralità della galleria come spazio relazionale: un luogo dove il valore non viene solo scambiato finanziariamente, ma viene costantemente riaffermato attraverso la capacità interpretativa del pubblico. Stando alla teoria di Bourdieu, un ulteriore elemento che infittisce l'analisi del pubblico è il riconoscimento universale della legittimità culturale, anche da parte di chi ne è escluso:

I membri delle varie classi sociali si distinguono meno per la misura in cui riconoscono la cultura, che non per la misura in cui la conoscono: le dichiarazioni di indifferenza costituiscono un fatto eccezionale ed ancora di più lo sono i rifiuti ostili, per lo meno nella situazione di imposizione legittima creata da una inchiesta sulla cultura, che si svolge quasi come un esame⁵⁰.

Il potere della legittimità si manifesta, quindi, nel riconoscimento dell'importanza di un'opera d'arte. Nel contesto di un'indagine sociologica, i soggetti meno dotati di capitale culturale tendono a mascherare la propria estraneità o indifferenza verso l'arte, percependo un eventuale intervistatore come il depositario di un sapere legittimo a cui rendere omaggio⁵¹.

In questo rapporto asimmetrico, l'autorità del contesto artistico impone una sorta di professione di fede: l'intervistato è portato a dichiarare un interesse spesso fittizio o una generica buona volontà conoscitiva⁵². Anche laddove emerga una confessione di indifferenza, questa viene formulata non come critica verso l'opera, bensì come limite personale: dicendo che non se ne intende, il soggetto interiorizza la propria esclusione sociale, trasformandola in una colpa individuale⁵³. Questo fenomeno, che Bourdieu definisce "buona volontà culturale", funziona come meccanismo di conferma del prestigio del sistema dell'arte, che riesce a imporsi come valore universale attraverso l'autodisciplina e la soggezione di coloro che ne rimangono ai margini⁵⁴.

⁴⁹ Ivi, p. 301.

⁵⁰ P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 2001, p. 330.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Ibid.

In questo quadro si colloca una nuova borghesia, maggiormente orientata alla cultura, all'espressione del sé e al consumo simbolico⁵⁵. Tale configurazione, tuttavia, non coincide pienamente con una posizione consolidata; si caratterizza piuttosto per uno scarto tra aspirazione alla legittimità culturale e possesso effettivo delle condizioni (soprattutto familiari di lungo periodo) necessarie a incarnarsi come disposizione naturale⁵⁶. Per questa frazione, il valore non risiede più nel sacrificio, ma in una forma di piacere da legittimare: colto, disciplinato e culturalmente giustificato⁵⁷. In questa prospettiva, la norma morale non scompare, ma si trasforma: non è necessario rinunciare al piacere, bensì esperirlo secondo codici legittimi; ciò implica una selezione dei consumi ritenuti appropriati e un distanziamento da forme di gusto percepite come troppo immediate, accompagnati dall'interiorizzazione di codici estetici più sofisticati⁵⁸.

Tale processo può generare margini di incertezza, traducendosi talvolta in pratiche di fruizione più ostentate⁵⁹, ampliando potenzialmente la platea dei fruitori e includendo soggetti che, anche se non pienamente integrati nei circuiti culturali più legittimati, vi aderiscono come forma di posizionamento simbolico.

Un passaggio ulteriore nell'elaborazione teorica di Bourdieu è rappresentato da *Le regole dell'arte* (1992), in cui il sociologo francese riprende nozioni già trattate in questa sede, applicandole però in modo sistematico all'analisi del mondo artistico e letterario; il concetto di campo, ad esempio, viene ulteriormente precisato nella sua dimensione relazionale: si configura come spazio relativamente autonomo, dotato di proprie regole e gerarchie, che possono essere comprese solo alla luce delle dinamiche interne⁶⁰.

A sua volta, l'*habitus* non è soltanto il prodotto delle condizioni sociali, ma anche ciò che rende possibile l'ingresso e la permanenza negli ambienti culturali, orientando pratiche e strategie in modo coerente con la sua logica⁶¹:

⁵⁵ Ivi, p. 367.

⁵⁶ Ivi, p. 372.

⁵⁷ Ivi, p. 375.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Cfr. P. Bourdieu, *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Il Saggiatore, Milano 2005, p. 12.

⁶¹ Ibid.

Ogni categoria di interessi implica l'indifferenza ad altri interessi, altri investimenti, votati così a essere percepiti come assurdi, insensati, o sublimi, disinteressati. Perché un campo funzioni, bisogna che ci siano poste in gioco e persone disposte a giocare, dotate dell'*habitus* che è necessario per conoscere e riconoscere le leggi immanenti del gioco.⁶²

Bourdieu attribuisce grande importanza all'arte e alla letteratura perché permettono di osservare in modo evidente il funzionamento dell'economia simbolica⁶³. Nei campi artistici più autonomi domina una logica rovesciata: invece di seguire il mercato, si valorizzano il disinteresse economico e l'autonomia artistica⁶⁴. Questa struttura, tuttavia, non resta immutata: nelle trasformazioni contemporanee delle pratiche culturali emergono nuove forme di consumo e di distinzione che rimettono in discussione l'opposizione tra autonomia e mercato, aprendo a configurazioni più ibride dei gusti e dei pubblici.

1.3 Il superamento dell'esclusività culturale e l'emergere del paradigma onnivoro

Il contributo sociologico che segna definitivamente l'inizio di una nuova era viene pubblicato nel 1996. Con il saggio *Dallo snob all'onnivoro: le trasformazioni del gusto raffinato*, Richard Peterson e Roger Kern propongono una rilettura dei meccanismi della distinzione culturale, mettendo in discussione il modello bourdieusiano. Se quest'ultimo, analizzando la società francese della seconda metà del Novecento, aveva individuato nel gusto un dispositivo di classificazione sociale fondato sulla contrapposizione tra cultura legittima e pratiche culturali subordinate, i sociologi statunitensi osservano, nel contesto americano degli anni Novanta, l'emergere di modalità di consumo più eterogenee e trasversali, caratterizzate da confini culturali meno rigidi e da un progressivo indebolimento dei sistemi tradizionali di gerarchizzazione delle arti⁶⁵.

I soggetti dotati di elevato capitale culturale non tendono più a distinguersi attraverso il netto rifiuto di alcune forme artistiche. Emerge la figura dell'onnivoro, a cui non si lega

⁶² P. Bourdieu, *Questions de sociologie*, Minuit, Parigi 1980, p. 113.

⁶³ Cfr. P. Bourdieu, *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Il Saggiatore, Milano 2005, p. 19.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Cfr. R. Peterson, & R. Kern, "Dallo snob all'onnivoro: le trasformazioni del gusto raffinato", in *Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche*, a cura di M. Santoro e R. Sassatelli, Bologna, Il Mulino 2009, p. 280.

un apprezzamento indiscriminato di qualsiasi genere, piuttosto un'apertura ad apprezzarli potenzialmente tutti, in netta opposizione rispetto allo snobismo tradizionale⁶⁶.

Questo slittamento non rappresenta una semplice trasformazione del gusto individuale, ma il riflesso di cambiamenti strutturali più ampi che hanno modificato le dinamiche di distinzione⁶⁷.

Un primo elemento riguarda le modifiche strutturali della società occidentale nel secondo dopoguerra: l'aumento dei livelli di istruzione, il miglioramento delle condizioni di vita e la crescente diffusione dei prodotti culturali attraverso i media rendono più accessibili forme culturali tradizionalmente considerate elitarie⁶⁸; parallelamente, la mobilità geografica favorisce l'incontro tra gruppi con gusti differenti⁶⁹.

A questi processi si aggiunge un cambiamento dei valori: il progressivo indebolimento delle logiche discriminatorie fondate su appartenenze etniche, razziali o di classe contribuisce alla diffusione di atteggiamenti più inclusivi⁷⁰.

Un ruolo importante è attribuito alle trasformazioni interne ai mondi dell'arte. Nel corso del XIX secolo, le istituzioni artistiche fondavano il proprio credo seguendo un unico standard estetico; tuttavia, la comprensione della profonda importanza delle avanguardie novecentesche e la moltiplicazione dei linguaggi culturali ne modificano progressivamente l'impianto, aprendo a nuove correnti⁷¹. Altrettanto rilevanti i cambiamenti generazionali a partire dagli anni Sessanta: la cultura giovanile, in particolare quella pop-rock, acquisisce legittimità, mutando da fase transitoria a critica delle tradizionali gerarchie culturali⁷².

A partire da questo modello teorico si sviluppa una letteratura che ne mette in discussione alcuni aspetti, interrogando la reale coerenza dell'apertura onnivora. Nel 2005 Peterson stesso amplia l'impianto originario, proponendo una differenziazione di consumatori

⁶⁶ Ivi, p. 281.

⁶⁷ Ivi, p. 283.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Ivi, p. 284.

⁷² Ivi, p. 285.

costruita su due assi: la distinzione tra cultura alta e cultura popolare, e l'ampiezza dei repertori di gusto⁷³.

La prima categoria è quella degli univori intellettuali, caratterizzati da gusti fortemente aderenti ai valori tradizionalmente elitari: i consumi si concentrano prevalentemente su forme consolidate di cultura e costituiscono una modalità di distinzione sociale tipica delle classi alto-borghesi⁷⁴. La seconda categoria è rappresentata dagli onnivori intellettuali, i più vicini alla prima formulazione teorica originaria. Possiedono repertori di gusto ampi ed eterogenei, che includono sia pratiche di cultura alta sia elementi di quella popolare. Si distinguono per un consumo attivo e diversificato e appartengono prevalentemente ai gruppi sociali medio-alti⁷⁵. La terza categoria è quella degli univori della cultura popolare, caratterizzati da repertori culturali limitati e modalità di consumo più passive. I loro gusti si concentrano quasi esclusivamente su prodotti della cultura popolare e vengono spesso associati al cattivo gusto⁷⁶. Infine, la categoria degli onnivori della cultura popolare descrive soggetti con gusti relativamente ampi ma orientati prevalentemente verso prodotti della sfera popolare, con solo occasionali aperture verso la cultura alta⁷⁷.

Se da un lato emerge una nuova forma di legittimità culturale, coincidente con la capacità di attraversare repertori differenti e combinare consumi sia legittimi sia non legittimi, dall'altro il legame con la teoria bourdieusiana appare ancora forte. Lo sviluppo di una nuova raffinatezza simbolica si mescola a un'impostazione pregressa, fondata su un binarismo noto⁷⁸. Fin qui non sembra esserci un vero superamento delle precedenti teorie: le gerarchie non scompaiono, si riorganizzano attorno a criteri di selezione più flessibili⁷⁹. Michèle Ollivier (2008) discute sull'effettiva apertura di chi dichiara di apprezzare differenti tipologie di cultura, chiedendosi invece se questa nuova configurazione non rappresenti una nuova distinzione. Analizzando le preferenze di un gruppo di intervistati,

⁷³ Cfr. R. Peterson, "Problems in Comparative research: The example of omnivorousness" in *Poetics*, Vol. 33, N. 5, Elsevier, Amsterdam 2005, p. 262.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Ivi, p. 264.

⁷⁹ Cfr. R. Peterson, & R. Kern, "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore" in *American Sociological Review*, Vol. 61, N. 5, American Sociological Association, Washington 1996, p. 906.

risalenti a una sua indagine del 2005, individua quattro atteggiamenti nei confronti della diversità culturale: umanista, populista, pratico e passivo⁸⁰.

Per chi adotta il primo approccio, la cultura è uno strumento di arricchimento personale e intellettuale. La diversità viene apprezzata perché ogni prodotto rappresenta un contributo alla creatività umana. Questo profilo è tipico di chi applica criteri critici a qualsiasi categoria artistica, cercando in ognuna un significato profondo, e possiede una grande quantità di capitale culturale, che utilizza per legittimare e nobilitare anche i consumi più popolari⁸¹. La postura populista si sviluppa in polemica con l'intellettualismo: l'apertura, in questo caso, si manifesta come una difesa della cultura di massa e dei prodotti commerciali, più autentici rispetto all'arte d'élite, pretenziosa e distante dalla realtà. Guidata da un forte ideale egualitario, questa posizione è frequente tra individui con una buona disponibilità economica ma distanti dai percorsi scolastici tradizionali e dai giudizi estetici della critica⁸². L'orientamento pratico spoglia la cultura dalle implicazioni estetico-identitarie, considerandola nella sua funzionalità. Le persone sono aperte a generi diversi perché si adattano alle diverse situazioni della vita quotidiana, riflettendo uno stile di vita dinamico e pragmatico, dove il gusto è guidato dall'utilità del momento⁸³. Per ultimo, l'approccio passivo è caratterizzato dall'assenza di forti rifiuti: non esistono gerarchie di valore o preferenze marcate, e un genere vale l'altro. La fruizione della diversità deriva dall'esposizione casuale ai media di massa. Si riscontra più spesso tra chi ha minori risorse economiche e culturali, e si traduce in una tolleranza basata sul disimpegno critico⁸⁴.

Anche questo contributo mostra come il paradigma onnivoro, inizialmente formulato come descrizione di una trasformazione nei pattern di consumo, venga progressivamente reinterpretato in chiave più analitica e problematica, mettendo in discussione la sua presunta equivalenza tra ampiezza dei repertori e reale apertura culturale.

Nel 2007, Alan Warde, David Wright e Modesto Gayo-Cal ampliano ulteriormente il dibattito, mettendo in dubbio il metodo empirico di Peterson e Kern: da soli, i questionari

⁸⁰ Cfr. M. Ollivier, "Modes of openness to cultural diversity: Humanist, populist, practical, and indifferent" in *Poetics*, Vol. 36, Elsevier, Amsterdam 2008, p. 124.

⁸¹ Ibid.

⁸² Ibid.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Ibid.

non sono in grado di determinare perché le persone consumino ciò che consumano; piuttosto, una combinazione vincente unisce i dati statistici alle interviste qualitative⁸⁵. Nella loro impostazione teorica, i sociologi individuano due definizioni di onnivivorismo: una quantitativa, basata sull'ampiezza dei gusti del singolo individuo; e una compositiva, che fa fede alla combinazione di culture di cui si fruisce con approccio critico e riflessivo⁸⁶.

La metodologia empirica è delineata da tre indicatori: *taste* – oggetti culturali apprezzati –, *knowledge* – opere conosciute – e *participation* – attività effettivamente praticate, tra cinema, musica, musei, televisione e sport⁸⁷. Nella prima parte della ricerca empirica, gli autori intervistano un campione di trenta persone. Tra queste, otto risultano fortemente onnivore: si tratta di insegnanti, operatori sociali, ricercatori e lavoratori e lavoratrici del settore culturale⁸⁸. Il fulcro dell'articolo risiede nell'identificazione di quattro categorie di onnivori⁸⁹, che sembrano in parte richiamare quelle di Ollivier. La prima è quella del professionista, capace di esercitare una selezione riflessiva e informata all'interno dei diversi generi culturali⁹⁰. L'apertura verso forme eterogenee si accompagna a un'elevata capacità di distinguere qualità, stili e differenze interne ai repertori di consumo⁹¹. La distinzione sociale opera attraverso criteri sofisticati, fondati sulla competenza interpretativa e sulla legittimazione di alcune forme rispetto ad altre⁹². La seconda categoria è quella del dissidente⁹³: la varietà dei consumi assume un significato identitario e politico⁹⁴. L'apertura verso generi differenti non è orientata all'accumulazione di capitale o alla dimostrazione di competenze, ma al rifiuto delle gerarchie che separano la cultura alta da quella popolare⁹⁵. Segue l'apprendista, che mostra un'elevata partecipazione a pratiche diverse, incluse forme tradizionalmente associate alla cultura

⁸⁵ Cfr. M. Gayo-Cal, & A. Warde, & D. Wright, "Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore" in *Cultural Sociology*, Vol. 1, N. 2, SAGE Publications, Londra 2007, p. 145.

⁸⁶ Ivi, p. 146.

⁸⁷ Ivi, p. 147.

⁸⁸ Ivi, p. 149.

⁸⁹ Ivi, p. 151.

⁹⁰ Ivi, p. 153.

⁹¹ Ibid.

⁹² Ivi, p. 154.

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Ivi, p. 155.

legittima, senza però possedere criteri di giudizio stabili o preferenze fortemente definite⁹⁶. L'ampiezza dei consumi riflette spesso il tentativo di acquisire familiarità con repertori socialmente valorizzati⁹⁷. La quarta e ultima categoria è quella dei non pretenziosi⁹⁸: la partecipazione è ampia ma c'è scarso investimento simbolico. Pur mostrando livelli relativamente elevati di conoscenza e consumo, i gusti rimangono prevalentemente orientati verso prodotti popolari, *mainstream* e familiari, senza un particolare intento di distinzione o sperimentazione⁹⁹. A differenza dell'onnivoro professionista, i pretenziosi utilizzano il consumo come segnale di competenza; diversamente dal dissidente, non attribuiscono alla cultura un significato politico; rispetto all'apprendista non mostrano una spinta esplorativa. L'onnivorismo dei non pretenziosi assume la forma di un consumo ordinario, in cui l'ampiezza della partecipazione riflette una fruizione pratica¹⁰⁰.

Nelle varie elaborazioni critiche, il paradigma onnivoro segnala il progressivo indebolimento delle corrispondenze lineari tra posizione sociale e gusto culturale, senza tuttavia implicare la scomparsa dei meccanismi di strutturazione sociale. Ne deriva un quadro in cui il consumo appare sempre meno riconducibile a una logica di determinazione univoca e sempre più come esito di un'interazione complessa tra disposizioni e risorse individuali e contesti istituzionali di mediazione. In questo scenario, come suggerito da Daenekindt e Roose (2017), si assiste a uno slittamento fondamentale dall'oggetto del consumo alle sue modalità di fruizione: la distinzione contemporanea non riguarda più rigidamente cosa si consuma, bensì come lo si consuma¹⁰¹. Un individuo può disporre delle risorse economiche necessarie ad acquistare un bene culturale, realizzandone un'appropriazione puramente materiale, senza tuttavia possedere le competenze cognitive ed estetiche necessarie a decodificarlo sul piano simbolico¹⁰². Si pensi alla frequentazione di un teatro dell'opera o di una mostra di arte concettuale

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Ibid.

⁹⁸ Ivi, p. 156.

⁹⁹ Ivi, p. 157.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Cfr. S. Daenekindt, & H. Roose, "Ways of preferring: Distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption" in *Journal of Consumer Culture*, Vol. 17, N. 1, SAGE Publishing, Thousand Oaks 2017, p. 28.

¹⁰² Ibid.

d'avanguardia: l'acquisto del biglietto garantisce l'accesso fisico e il possesso materiale dell'esperienza, ma la capacità di comprenderne i riferimenti intertestuali, la struttura armonica o le scelte registiche resta legata al possesso di uno specifico capitale culturale. Il modo in cui le persone caricano di significato, descrivono e legittimano le proprie scelte trova un'estensione fondamentale nell'approccio di van den Haak e Wilterdink (2019). Gli autori evidenziano come le modalità di appropriazione simbolica si manifestino primariamente attraverso l'attivazione di due specifici repertori discorsivi, identificabili nel repertorio egualitario e nel repertorio gerarchico¹⁰³. L'elemento innovativo del loro contributo risiede nella compresenza di entrambe le modalità argomentative all'interno degli stessi individui. Attraverso interviste qualitative, gli autori evidenziano come le persone oscillino costantemente tra questi due orientamenti speculari: se da un lato mostrano inclusività, tolleranza e relativismo culturale – per cui tutti i gusti sono validi –, dall'altro reintroducono criteri tradizionali di qualità, complessità e legittimità artistica¹⁰⁴. Lo switch di repertori costituisce una modalità ordinaria attraverso cui gli individui negoziano la propria identità culturale all'interno di una società attraversata da spinte contrastanti¹⁰⁵: da un lato, infatti, la crescente valorizzazione democratica dell'uguaglianza rende socialmente poco accettabile l'esibizione di giudizi apertamente elitari; dall'altro, permangono gerarchie simboliche consolidate che attribuiscono maggior prestigio ad alcune forme espressive rispetto ad altre¹⁰⁶.

1.4 Le nuove prospettive su pubblico e fruizione culturale

Sulla base della precedente trattazione, appare evidente come il dibattito sul consumo culturale abbia progressivamente messo in discussione l'idea di una relazione lineare tra posizione sociale e fruizione. In tale prospettiva, la relazione tra struttura e gusto si configura come un sistema dinamico e articolato, in cui le pratiche risultano meno

¹⁰³ Cfr. M. Van Den Haak, & N. Wilterdink, "Struggling with distinction: How and why people switch between cultural hierarchy and equality" in *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 22, N. 4, SAGE Publishing, Thousand Oaks 2019, p. 420.

¹⁰⁴ Ivi, p. 419.

¹⁰⁵ Ivi, p. 422.

¹⁰⁶ Ibid.

vincolate a una sola dimensione di classe. Negli anni più recenti, la letteratura si specializza ulteriormente.

Secondo Marco Terraneo, le scelte di consumo sono ormai fortemente influenzate da una molteplicità di fattori quali genere, età e reddito, che tendono a soppiantare il posizionamento economico come dimensione chiave per comprendere i processi di stratificazione¹⁰⁷. La prospettiva bourdieusiana non va eliminata o tacciata di classismo intrinseco, piuttosto riconsiderata nelle sue specificità¹⁰⁸.

Tramite un'analisi dei dati Istat del 2006, Terraneo analizza i comportamenti di consumo sia a livello individuale che a livello familiare¹⁰⁹. Esaminando soggetti di età compresa tra i 16 e i 65 anni, emerge una riconfigurazione significativa del rapporto tra posizione sociale e pratiche culturali. I risultati mostrano che la spiegazione del consumo non può più essere ricondotta in modo esclusivo alla variabile occupazionale: la stratificazione delle pratiche è legata a un insieme più articolato di fattori socio-demografici, che concorrono alla definizione dei profili di consumo¹¹⁰.

Il livello di istruzione si conferma una variabile centrale, e mantiene una forte capacità predittiva della fruizione. Viene evidenziata una coesistenza di profili differenziati, che includono sia forme di consumo selettivo e specializzato, sia configurazioni di tipo onnivoro¹¹¹. Queste ultime, tuttavia, si collocano all'interno di uno spettro più ampio di pratiche che continua a presentare forme di distinzione interna¹¹². L'evidenza empirica suggerisce che le abitudini culturali contemporanee non possono essere interpretate né come perfettamente omogenee né come direttamente derivabili da una singola dimensione strutturale, piuttosto come esito di configurazioni multidimensionali di capitale, disposizioni e condizioni sociali.

Un altro studio, che amplifica ulteriormente la discussione e mette in campo nuove variabili, è quello di Omar Lizardo. In *How Cultural Tastes Shape Personal Networks* (2006), l'autore problematizza la relazione tra reti sociali e gusti culturali, affermando

¹⁰⁷ Cfr. M. Terraneo, "Bourdieu, gli onnivori, i postmoderni e le pratiche culturali" in *Quaderni di Sociologia*, Vol. 54, N. 3, Rosenberg & Sellier, Torino 2010, p. 171.

¹⁰⁸ Ibid.

¹⁰⁹ Ivi, p. 172.

¹¹⁰ Ivi, p. 174.

¹¹¹ Ivi, p. 176.

¹¹² Ibid.

che i due fattori sono stati fissati storicamente in un rapporto di co-determinazione, in cui le prime rappresenterebbero l'infrastruttura dominante, e i secondi variabile dipendente¹¹³; ciò avviene perché la letteratura scientifica considera la rigidità e la materialità delle reti dati appurati, intendendo invece la cultura come qualcosa di più fluido e variabile¹¹⁴. Al contrario, secondo Lizardo, le reti personali sono altamente dinamiche, giacché i legami si formano e dissolvono continuamente, senza una struttura fissa che possa trasmettere cultura in maniera continua¹¹⁵.

Ne deriva un rapporto di reciprocità strutturata, in cui la cultura concorre a costruire, attivare e mantenere i legami: funziona come strumento organizzativo, producendo le occasioni da cui nascono rapporti interpersonali¹¹⁶. Si pensi ai gruppi di lettura: in questo caso, gusti simili - individuabili nella passione per un autore o un'autrice, o un particolare genere letterario - generano confronto e socialità¹¹⁷. È altresì impossibile negare l'esistenza di reti preesistenti (come le istituzioni scolastiche e religiose) che facilitano la formazione dei gruppi sociali¹¹⁸. Attraverso il riferimento ad analisi quantitative su dati dei questionari, l'autore mostra che la relazione tra cultura e reti è complessa e bidirezionale¹¹⁹. In particolare, i risultati empirici mostrano che chi partecipa a molte attività culturali tende ad avere più legami¹²⁰.

Gli approcci finora considerati, pur ampliando significativamente il quadro analitico, si concentrano prevalentemente sulle condizioni sociali della partecipazione, lasciando in secondo piano l'esperienza estetica e le forme di attaccamento che i soggetti sviluppano nei confronti degli oggetti d'arte.

Sul versante opposto si collocano quelle prospettive che scelgono di indagare questo processo di attivazione, tracciando un *continuum* fecondo tra sociologia ed estetica, tra la dimensione individuale e quella collettiva. In questo orizzonte teorico risulta fondamentale il contributo di Vera Zolberg. Nel suo volume *Sociologia dell'arte* (1994),

¹¹³ Cfr. O. Lizardo, "How Cultural Tastes Shape Personal Networks" in *American Sociological Review*, Vol. 71, N. 5, American Sociological Association, Washington D.C. 2006, p. 784.

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Ibid.

¹¹⁶ Ivi, p. 786.

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ Ibid.

¹¹⁹ Ivi, p. 790.

¹²⁰ Ivi, p. 791.

evidenza come arte, società e individuo siano legati da un nodo indissolubile: sposta il baricentro dell'indagine sul soggetto e sulla sua interazione viva con l'opera¹²¹.

L'autrice mette in luce le ragioni storiche che hanno a lungo frenato questo approccio, rintracciabili nella marginalizzazione imposta dai sociologi americani agli studi sull'arte e sulla cultura: fino agli anni Sessanta, infatti, la sociologia statunitense ha aderito strettamente al modello delle scienze esatte per legittimarsi all'interno del campo accademico e distinguersi da discipline affini come l'antropologia, la filosofia o la storia¹²². Questo orientamento di derivazione positivista ha spinto i ricercatori a rifiutare qualsiasi fenomeno culturale che richiedesse valutazioni qualitative o categorie interpretative, considerate incompatibili con l'approccio quantitativo allora dominante¹²³. Di conseguenza, per lungo tempo, l'analisi sociologica della cultura è rimasta appannaggio della critica letteraria e degli intellettuali europei legati alla Scuola di Francoforte¹²⁴. Pur riconoscendo l'imprescindibilità della contestualizzazione sociale, l'autrice avverte che l'approccio puramente istituzionale rischia di occultare l'opera d'arte nella sua specificità oggettuale e fenomenica¹²⁵. I modelli strutturalisti offrono una lucida radiografia dei vincoli sistemici e delle dinamiche di potere, ma tendono a trascurare la singolarità delle opere e il modo concreto in cui esse partecipano alla vita sociale dei soggetti¹²⁶.

Il mutamento paradigmatico avviene in concomitanza con i movimenti sociali degli anni Sessanta, che incrinano l'egemonia positivista e spingono la sociologia a riscoprire i metodi qualitativi di matrice etnografica e antropologica¹²⁷. A partire dagli anni Settanta, come documenta Zolberg, la disciplina conquista piena legittimità, strutturandosi attraverso una pluralità metodologica focalizzata sulle tre componenti sistemiche del fatto artistico: l'oggetto d'arte, l'artista e il pubblico¹²⁸.

¹²¹ Cfr. V. L. Zolberg, *Sociologia dell'arte*, Il Mulino, Bologna 1994, p. 15.

¹²² Ivi, p. 32.

¹²³ Ibid.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Ivi, p. 33.

¹²⁶ Ivi, p. 34.

¹²⁷ Ivi, p. 39.

¹²⁸ Ibid.

Zolberg propone pertanto il superamento della storica dicotomia tra l'approccio esterno (proprio delle scienze sociali) e l'approccio interno (tipico della storia dell'arte e dell'estetica, focalizzato sulle proprietà intrinseche dell'oggetto), auspicando una convergenza sinergica e un dialogo transdisciplinare¹²⁹: da un lato, esorta i sociologi ad abbandonare la postura asettica dell'osservatore distante per misurarsi con il terreno del giudizio estetico; dall'altro, offre agli storici dell'arte uno strumento per integrare la macro-analisi delle istituzioni con la micro-analisi della singola opera, restituendo a quest'ultima un ruolo attivo e d'impatto nella dinamica relazionale tra soggetto e società. Muovendo proprio da queste premesse e portando alle sue estreme conseguenze il superamento dell'esternalismo sociologico, Rita Felski teorizza una vera e propria sociologia degli attaccamenti estetici, volta a ridefinire radicalmente i modi in cui l'arte agisce sulle nostre vite e si connette alla nostra quotidianità. Sin dalle prime pagine del saggio *Hooker. Art and Attachment* (2020), l'autrice sostiene che, ogni volta che un individuo apre un romanzo, ascolta un brano musicale, o si ferma consapevolmente davanti a un'opera, attiva una ricerca spasmodica dell'esperienza estetica¹³⁰. Ridurre questi gesti a posizionamento di classe o a mero vanto sociale significa attribuire agli individui un automatismo di fondo, trascurando il processo che lega arte e soggetto¹³¹. Quando parla di attaccamento, Felski non intende un'emozione generica o un piacere estetico, bensì la modalità attraverso cui i prodotti artistici entrano a far parte della nostra vita o ne significano alcuni momenti¹³². A volte assumono un senso materiale o quotidiano, come una canzone che ascoltiamo a ripetizione o una cartolina attaccata al frigorifero raffigurante il volto di Abramović. In altri casi il legame è istituzionale: un romanzo che si studia a lezione diventa significativo perché parte di un percorso formativo condiviso. Tale legame può essere altresì cognitivo, quando un'opera fornisce strumenti concettuali nuovi e cambia il modo di pensare. E ancora può nascere nel politico, se ciò che si vede o legge attiva il modo di vedere il mondo e le sue strutture

¹²⁹ Ivi, p. 62.

¹³⁰ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 4.

¹³¹ Ibid.

¹³² Ivi, p. 5.

intrinseche¹³³. L'accento è posto sul modo in cui l'individuo si connette all'opera nei diversi livelli dell'esperienza personale, sociale e intellettuale.

Felski porta avanti una critica radicale nei confronti della tradizione moderna dell'estetica – specialmente kantiana, come nel caso di Bourdieu –, che distingue esperienza estetica pura e vita ordinaria, identificando nella prima un sostanziale disinteresse pratico e una contemplazione oggettivo-formale dell'opera, e nella seconda tutto ciò che implica un significato immediato e pratico¹³⁴. Questa classificazione è storicamente costruita e teoricamente insufficiente, perché ignora il funzionamento effettivo di percezione e significato, nonché empiricamente falsa, giacché nessuno guarda davvero un'opera senza alcuna implicazione personale¹³⁵. In una linea di netta continuità con questo superamento dell'estetica pura si colloca il dibattito contemporaneo sull'estetica sociale di matrice pragmatista. Come suggerito da Georgina Born e coautori *Improvisation and Social Aesthetics* (2020), questa prospettiva rifiuta le vecchie categorie statiche per concentrarsi sulle pratiche: l'obiettivo non è circoscrivere oggetti dotati di valore estetico intrinseco, ma spiegare come i giudizi e le esperienze estetiche agiscano da dispositivi concreti per unire comunità, negoziare identità o produrre socialità¹³⁶. La sociologia pragmatista interpreta così il rapporto tra arte e società nei termini di un'influenza e di una mediazione bidirezionale. Da un lato, l'esperienza artistica si articola su livelli micro-sociali e performativi immediati; dall'altro, essa si confronta con le forze macro-sociali e istituzionali esterne, senza tuttavia farsi mai annullare da queste¹³⁷. Evitando il rischio di una pura strumentalizzazione politica o sociologica, l'approccio pragmatista restituisce all'arte la sua capacità di azione situata¹³⁸.

Il punto cardine di questa svolta teorica, che unisce la *social aesthetics* alle tesi di Felski, non è più interrogarsi su quali fattori sociali determinino passivamente un certo gusto, ma comprendere come l'esperienza estetica si produca concretamente in maniera situata, relazionale e mediata. In questa prospettiva, il sociale non è un insieme di cause esterne

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Ivi, p. 11.

¹³⁵ Ivi, p. 13.

¹³⁶ Cfr. Born Georgina, & Eric Lewis, & Will Straw, *Improvisation and Social Aesthetics*, Duke University Press, Durham 2020, p. 36.

¹³⁷ Ivi, p. 38.

¹³⁸ Ivi, p. 41.

che influenzano un soggetto già formato e isolato davanti all'opera, bensì una dimensione immanente alla percezione estetica stessa.

Per penetrare nei dettagli di questa mediazione vissuta, Felski analizza tre forme di attaccamento – *attunement*, *identification* e *interpreting* –, identificandovi modalità di attenzione che producono effetti differenti, con l'obiettivo di capire come le opere attivino disposizioni affettive, percettive ed etiche, e come la nostra attenzione venga orientata in modi specifici¹³⁹.

L'*attunement*, traducibile con l'italiano "sintonizzazione", indica la sperimentazione di un senso di affinità e coinvolgimento che rende l'opera significativa per chi la fruisce, generando una risposta che è al tempo stesso percettiva, emotiva e affettiva¹⁴⁰. Qui emerge la dimensione estetica dell'esperienza, la sua capacità di risuonare nel pubblico: alcune opere riescono a coinvolgere profondamente mentre altre lasciano indifferenti, e questa differenza non può essere spiegata soltanto dal contenuto dell'opera o dalla posizione sociale del fruitore. L'*attunement* permette di individuare il modo in cui l'arte può esercitare una particolare forza attrattiva, dando origine a un'immanenza che precede e accompagna l'interpretazione¹⁴¹.

Con *identification* si fa riferimento al processo con cui l'individuo stabilisce un rapporto di affinità con un personaggio, un'opera, un'idea o una situazione, riconoscendovi qualcosa di sé o a cui aspira¹⁴². Le opere non devono essere profonde, realistiche o psicologicamente complesse per attivare il meccanismo: è necessario che dietro l'opera ci sia l'intenzione di metterlo in atto¹⁴³. Diversi studi culturali hanno mostrato la complessità empirica dei processi identificativi: alcune volte si configura come vera e propria adorazione, possibile proprio grazie alla distanza dall'opera o dal personaggio¹⁴⁴. In altri casi, invece, il legame passa attraverso la somiglianza selettiva: l'identificazione riguarda solo alcuni tratti dell'oggetto, non la sua interezza¹⁴⁵. Nel momento in cui si scopre in un'opera qualcosa che sembra essere personale e che, al contempo, riesce a

¹³⁹ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 24.

¹⁴⁰ Ivi, p. 42.

¹⁴¹ Ivi, p. 47.

¹⁴² Ivi, p. 80.

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ Ivi, p. 83.

¹⁴⁵ Ibid.

mettere in crisi l'identità personale, si genera uno *shock* del riconoscimento, il momento in cui attrazione e rifiuto verso la stessa opera coincidono¹⁴⁶. Identificarsi può significare non solo riconoscersi, ma anche uscire da quello che del sé si era sempre immaginato.

Con *interpreting* si indica il processo di apprendimento costante di letteratura e competenze che trascende le prime impressioni che si hanno di un'opera d'arte¹⁴⁷. Non coincide con un semplice esercizio di decifrazione dei significati nascosti: è piuttosto una pratica di relazione riflessiva e deliberata, attraverso la quale spettatori e lettori costruiscono connessioni con opere, metodi interpretativi e comunità intellettuali, mettendo in gioco competenze analitiche, interessi e affinità¹⁴⁸. Critica e interpretazione non si oppongono all'attaccamento, ma si fondano su di esso¹⁴⁹. Per questo l'autrice propone di concepire l'interpretazione come *relating*, un processo di costruzione tra opere, idee, metodi e soggetti, nonostante comporti un lavoro consapevole di analisi e valutazione dei processi attraverso cui attribuiamo significato alle opere¹⁵⁰.

Alla luce del percorso teorico sviluppato, il consumo culturale emerge come un fenomeno complesso, in cui fattori strutturali, pratiche sociali ed esperienza estetica concorrono congiuntamente alla costruzione della relazione tra pubblico e arte. Tra le prospettive considerate, quella di Pierre Bourdieu rappresenta un punto di partenza imprescindibile per comprendere come il capitale culturale, l'*habitus* e i processi di socializzazione influenzino le possibilità di accesso agli spazi artistici e le modalità fruttive. È ragionevole attendersi che il primo incontro con l'arte e la familiarità con i suoi linguaggi siano fortemente condizionati dall'ambiente familiare e sociale in cui gli individui crescono e dalle risorse culturali di cui dispongono.

Allo stesso tempo, tuttavia, la presente ricerca non assume una prospettiva determinista. Le elaborazioni più recenti della sociologia dell'arte e, in particolare, l'approccio pragmatista sviluppato da Rita Felski, Georgina Born e Vera Zolberg suggeriscono che l'esperienza estetica non può essere ricondotta esclusivamente alla posizione sociale dell'individuo o alle categorie artistiche di cui fruisce. L'opera d'arte possiede una propria

¹⁴⁶ Ibid.

¹⁴⁷ Ivi, p. 122.

¹⁴⁸ Ivi, p. 126.

¹⁴⁹ Ivi, p. 150.

¹⁵⁰ Ibid.

capacità di attivare processi di riconoscimento, coinvolgimento, interpretazione e attaccamento che si sviluppano nella relazione concreta tra soggetto, oggetto e contesto. In questa prospettiva, le disposizioni socialmente acquisite non vengono negate, ma considerate come una delle componenti che concorrono alla costruzione dell'esperienza, senza esaurirne il significato.

È a partire da questa integrazione teorica che verrà sviluppata l'analisi empirica. Le interviste non saranno interpretate esclusivamente come indicatori del possesso di capitale culturale o dell'appartenenza sociale dei partecipanti, ma anche come occasione per osservare in che modo i visitatori costruiscono il proprio rapporto con le opere, quali forme di coinvolgimento estetico emergono, nonché quale ruolo assumono gli spazi espositivi nel favorire oppure ostacolare tali processi.

Prima di analizzare le esperienze dei visitatori, risulta necessario soffermarsi sul contesto: l'interazione tra pubblico e opera non avviene in uno spazio neutro, ma all'interno di ambienti caratterizzati da specifiche logiche istituzionali, curatoriali e relazionali, che contribuiscono a orientare le modalità di accesso, permanenza e partecipazione. Il capitolo successivo sarà dunque dedicato alle gallerie d'arte contemporanea, considerate non soltanto come luoghi di esposizione e commercializzazione delle opere, ma come dispositivi culturali che partecipano alla costruzione dei propri pubblici attraverso configurazioni spaziali e modelli organizzativi.

2. La galleria d'arte contemporanea tra estetica e simbolismo

2.1 Valenza artistica, logiche di mercato e dimensione pubblica nella complessità istituzionale della galleria

Il capitolo precedente ha esaminato il rapporto tra il pubblico e l'arte, soffermandosi sulle diverse prospettive teoriche riguardanti le modalità attraverso cui il primo si avvicina alla seconda, facendone esperienza. Che ci si soffermi sulla quantità di capitale posseduta o su forme di consumo più eclettiche, o ancora sulla componente psico-riflessiva dell'esperienza artistica, ciò che emerge è la complessità delle dinamiche che regolano l'incontro.

A partire da questa considerazione, è ora necessario rivolgere l'attenzione al contesto nel quale il rapporto si concretizza: la fruizione dell'arte avviene in spazi non neutri, in luoghi e istituzioni che contribuiscono a determinare quali opere vengono presentate, secondo quali modalità e attraverso quali forme di mediazione. Tra questi, la galleria d'arte occupa una posizione peculiare, poiché si colloca all'intersezione tra diffusione artistica e scambio economico. Tuttavia, considerarla esclusivamente come un luogo deputato alla vendita delle opere significherebbe trascurarne le funzionalità molteplici all'interno del sistema culturale.

Come il museo, suo corrispettivo istituzionale in ambito pubblico, anche la galleria viene fortemente associata alla pratica di raccolta e organizzazione degli oggetti che, come osservano Pierre Bourdieu e Alain Darbel ne *L'amore dell'arte* (1972), riveste una rilevanza tanto psicologica quanto sociologica durante tutta l'esistenza umana¹⁵¹: il bambino raccoglie e ordina le conchiglie trovate sulla spiaggia; l'adolescente riorganizza continuamente gli oggetti della propria stanza, esteriorizzando il guazzabuglio emotivo che ne caratterizza l'età; l'adulto dispone gli arredi della casa o del luogo di lavoro in accordo con il proprio gusto. La pratica individuale del collezionare deve essere posta in relazione con la nascita di forme istituzionalizzate di raccolta e ordinamento: il museo e

¹⁵¹ Cfr. P. Bourdieu, & A. Darbel, *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi Editore, Rimini 1972, p. 12.

la galleria, pur nella radicale differenza dei loro assetti, condividono la pratica di selezionare e presentare secondo criteri che contribuiscono a stabilire la rilevanza e il valore di ogni pezzo d'arte¹⁵².

Ciò che distingue uno spazio privato o domestico da un luogo espositivo è il principio di separazione: quando un oggetto viene istituzionalizzato si sottrae al contesto della vita ordinaria, in modo da essere destinato alla contemplazione e alla valutazione estetica¹⁵³. Viene successivamente sottoposto a un processo di ricontestualizzazione che ne modifica la percezione: la sua presenza all'interno di un luogo espositivo ne segnala la rilevanza e lo rende riconoscibile come degno di attenzione¹⁵⁴. Anche l'etichetta che generalmente accompagna l'opera contribuisce a questo processo, fornendo le informazioni necessarie a identificarla e inserendola all'interno di una cornice interpretativa che ne orienta la lettura¹⁵⁵.

La separazione, tuttavia, non è un atto puramente materiale, ma presuppone un ulteriore processo, quello della legittimazione¹⁵⁶. Un oggetto può essere isolato dal contesto originario e ripresentato in quanto precedentemente riconosciuto come significativo all'interno di un determinato sistema di valori. In questo senso, la galleria svolge un ruolo imprescindibile, giacché attraverso la scelta di rappresentare un artista e di includere una determinata opera nel proprio programma espositivo e commerciale, la galleria non si limita a proporre un bene sul mercato, ma contribuisce a conferirgli visibilità, inserendolo all'interno di una rete di relazioni e di valori che ne influenza la percezione¹⁵⁷. Secondo Wouter de Nooy (2002), la galleria lega prestigio e carriere artistiche¹⁵⁸; quest'ultime non seguono un percorso lineare e istituzionalizzato, caratterizzato cioè da promozioni e avanzamenti definiti: gli artisti operano in condizioni di flessibilità e le loro carriere si sviluppano attraverso una successione di collaborazioni con le organizzazioni del campo, dalle quali possono derivare diversi gradi di prestigio sia per gli artisti sia per le istituzioni

¹⁵² Ibid.

¹⁵³ Ivi, p. 16.

¹⁵⁴ Ibid.

¹⁵⁵ Ibid.

¹⁵⁶ Ivi, p. 18.

¹⁵⁷ Ibid.

¹⁵⁸ Cfr. De Nooy Wouter, "The dynamics of artistic prestige" in *Poetics*, Vol. 30, Elsevier, Amsterdam 2002, p. 147.

coinvolte¹⁵⁹. Ciò implica una dimensione temporale: le posizioni all'interno del campo non sono statiche, ma si trasformano attraverso una successione di azioni, relazioni e traiettorie. Per comprendere il successo di un artista, è necessario considerare il percorso che ha compiuto e le posizioni occupate¹⁶⁰. In più, ogni passaggio da un'istituzione all'altra contribuisce a modificare non soltanto la posizione dell'artista, ma anche quella delle istituzioni coinvolte. De Nooy riprende a questo proposito la metafora di Katherine Giuffrè (2016) della carriera artistica come una montagna di sabbia: gli attori cercano di raggiungere le posizioni più elevate, ma i loro stessi movimenti modificano continuamente la forma della struttura che stanno scalando¹⁶¹.

Ad ogni modo, la funzione di legittimazione non è separabile dalla dimensione economica. Tra quelle tradizionalmente associate alle istituzioni artistiche, la componente mercantile è quella che più sembra entrare in tensione con la concezione dell'arte come oggetto di contemplazione e di esperienza disinteressata¹⁶². Nel caso della galleria, tale dimensione non costituisce un elemento estraneo o contraddittorio rispetto alla sua funzione culturale: la commercializzazione delle opere rappresenta una componente strutturale del suo funzionamento, che non intacca i processi di selezione, valorizzazione e costruzione del loro valore artistico e simbolico¹⁶³. Dimensione culturale e dimensione economica non si escludono ma operano in simultanea, influenzandosi¹⁶⁴. Rendendo l'artista familiare a un pubblico più ampio, le gallerie costituiscono piattaforme di marketing e di vendita, gestendo e trasferendo il potenziale artistico del prodotto verso pubblici differenti¹⁶⁵. Svolgono inoltre il ruolo guardiani culturali (*cultural gatekeepers*), assumendosi la responsabilità di interpretare le opere e disponendo altresì dell'autorità sufficiente a legittimare il lavoro di un artista come arte semplicemente trattandolo come

¹⁵⁹ Cfr. De Nooy Wouter, "The dynamics of artistic prestige" in *Poetics*, Vol. 30, Elsevier, Amsterdam 2002, p. 147.

¹⁶⁰ Ivi, p. 149.

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² Cfr. P. Bourdieu, & A. Darbel, *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi Editore, Rimini 1972, p. 18.

¹⁶³ Ibid.

¹⁶⁴ Ibid.

¹⁶⁵ Cfr. S. M. Correia Loureiro, & H. Roschk, & F. Lima, "The Role of Background Music in Visitors' Experience of Art Exhibitions: Music, Memory and Art Appraisal" in *International Journal of Arts Management*, Vol. 22, N. 1, École des Hautes Études Commerciales de Montréal, Montréal 2019, p. 5.

tale¹⁶⁶. In questo modo, le gallerie offrono una garanzia all'investimento finanziario del collezionista e, al tempo stesso, contribuiscono ad accrescere il valore del nome dell'artista. Se quest'ultimo acquisisce una maggiore riconoscibilità, la reputazione della galleria ne beneficia; tale meccanismo rende interdipendenti i due agenti¹⁶⁷.

In uno scritto già citato nelle pagine precedenti (*Le regole dell'arte*, 2005), Bourdieu afferma che, nel tempo, le istituzioni culturali si sono affidate a due orientamenti: il primo, maggiormente eteronomo, è guidato dalle logiche della domanda di mercato¹⁶⁸; il secondo privilegia la costruzione dell'identità curatoriale e la promozione di artisti emergenti¹⁶⁹. A loro volta, tali poli idealtipici derivano dalla tensione strutturale tra logiche contrapposte: da un lato la credenza che esista un'arte pura, di cui si rivendica l'indipendenza rispetto al mercato;¹⁷⁰ all'estremo opposto la logica delle industrie culturali, orientata sì alla diffusione del concetto artistico, ma sempre funzionalmente alle preferenze espresse dai clienti¹⁷¹. Applicato alle gallerie, significa che alcune di esse sono più orientate alla vendita, altre alla sperimentazione. Nessuna, però, è svincolata dalle logiche economiche oppure esclusivamente orientata alla dimensione commerciale, soprattutto perché la possibilità di ottenere riconoscimento simbolico dipende dalla capacità di prendere le distanze dalle forme più evidenti di mercantilizzazione¹⁷². Ne deriva che le gallerie d'arte si strutturano lungo un *continuum* tra autonomia ed eteronomia, senza che i due estremi vengano mai pienamente o isolatamente rappresentati¹⁷³.

Questa dialettica rappresenta soltanto una delle questioni che attraversano il sistema delle gallerie d'arte. Un'ulteriore dimensione squisitamente ambigua riguarda il rapporto tra sfera pubblica e sfera privata, entro il quale esse si collocano in modo costitutivo: da un lato, operano all'interno di un sistema di valori che attribuisce importanza crescente all'accessibilità e alla partecipazione; dall'altro, sono inserite in un contesto economico

¹⁶⁶ Ibid.

¹⁶⁷ Ibid.

¹⁶⁸ Cfr. Bourdieu Pierre, *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Il Saggiatore, Milano 2005, p. 207.

¹⁶⁹ Ibid.

¹⁷⁰ Ivi, p. 208.

¹⁷¹ Ibid.

¹⁷² Ibid.

¹⁷³ Ibid.

che incentiva l'adozione di logiche imprenditoriali¹⁷⁴. Secondo Laura Harris (2025), l'ambivalenza riflette una più ampia trasformazione delle organizzazioni eroganti servizi di interesse pubblico in condizioni neoliberali: ci si trova a operare in uno spazio simbolico intermedio tra individuo e collettività, dovendo estrarre valore da una presunta funzione pubblica e, al contempo, rispondere alle esigenze di molteplici interessi privati¹⁷⁵. Questa tradizionale opposizione può essere reinterpretata come un problema di natura organizzativa e performativa: la galleria deve rendere credibile la propria vocazione pubblica, pur adattandosi alle esigenze della dimensione privata. In questa prospettiva, le categorie di "pubblico" e "privato" non costituiscono soltanto caratteristiche intrinseche di determinati spazi o modelli istituzionali, ma vengono prodotte e rese riconoscibili attraverso pratiche organizzative, relazionali e spaziali¹⁷⁶.

La dimensione pubblica è generalmente associata a spazi accessibili alla collettività e destinati, almeno idealmente, a un interesse generale, nei quali l'esperienza e la partecipazione non sono riservate a una cerchia privata di soggetti. Nella misura in cui tali caratteristiche risultano evidenti nell'esperienza di un'organizzazione come una galleria d'arte, la sua rivendicazione di *publicness* appare legittima¹⁷⁷. A questa dimensione si affianca quella della privatezza (*privateness*), associata alla separazione e alla dimensione dell'intimità¹⁷⁸. Nel caso delle gallerie d'arte, la privatezza può assumere forme differenti: da una parte viene individuata nella riservatezza alle classi privilegiate e, di conseguenza, nella protezione di interessi privati; dall'altra, si manifesta attraverso il mecenatismo¹⁷⁹. Queste diverse forme di privatezza convergono in modo evidente negli eventi a invito, nelle visite private e nelle cene esclusive organizzate per clienti effettivi e potenziali, in contrasto con il pubblico generale¹⁸⁰.

Le differenze tra i pubblici non dipendono soltanto dalle caratteristiche dei visitatori, ma anche dalle modalità attraverso cui la galleria organizza l'esperienza di visita,

¹⁷⁴ Cfr. L. Harris, "Private View? The Organisational Performance of 'Privateness' and 'Publicness' at an Art Gallery" in *Cultural Sociology*, Vol. 19, N. 1, SAGE Publications, Londra 2025, p. 23.

¹⁷⁵ Ibid.

¹⁷⁶ Ibid.

¹⁷⁷ Ivi, p. 25.

¹⁷⁸ Ibid.

¹⁷⁹ Ivi, p. 26.

¹⁸⁰ Ivi, p. 27.

predisponendo condizioni che favoriscono forme differenti di partecipazione¹⁸¹: la medesima galleria può costruire, attraverso specifiche pratiche, spazi e modalità relazionali, esperienze differenti per gruppi diversi di partecipanti¹⁸². Ciò non implica che la galleria determini i comportamenti del pubblico, pur contribuendo a configurare il contesto entro cui determinate modalità di accesso, permanenza e partecipazione risultano più o meno probabili. Harris propone di reinterpretare la galleria come quell'istituzione capace di mettere in scena una vera e propria *performance* organizzativa, in cui gli attori, individualmente o collettivamente, mostrano agli altri il significato della situazione sociale in cui si trovano¹⁸³. Nel caso della galleria d'arte, il personale dispone dei significati simbolici della produzione e contribuisce a definire le diverse situazioni sociali. La costruzione di tale significato richiede un considerevole lavoro di rappresentazione e una pianificazione accurata: strategie relazionali, spaziali ed estetiche vengono elaborate per collegare simbolicamente una situazione a categorie condivise, come l'apertura e l'inclusività associate alla dimensione pubblica oppure l'esclusività e l'intimità associate a quella privata¹⁸⁴. Per comprendere il funzionamento di un'organizzazione come una galleria d'arte è necessario considerare non soltanto ciò che essa fa, ma anche il modo in cui sottolinea la segmentazione dei diversi pubblici. A questo proposito, Harris riprende una riflessione mesosociologica di Gary Fine, enfatizzando le tre dimensioni fondamentali dell'interazione di gruppo: arene, relazioni e storie condivise¹⁸⁵.

L'arena corrisponde allo spazio o al contesto materiale nel quale il gruppo si riunisce e stabilisce i limiti materiali dell'interazione, offrendo ai partecipanti determinate possibilità di comprensione della situazione. I comportamenti e le emozioni che circolano all'interno del gruppo sono influenzati dalle proprietà materiali e simboliche dello spazio condiviso, per cui si rimanda ai seguenti sottocapitoli. Le relazioni definiscono la struttura dei rapporti tra i membri del gruppo, offrendo una sorta di cartografia sociale: tali relazioni possono essere più o meno forti, formali o informali, consolidate o temporanee.

¹⁸¹ Ibid.

¹⁸² Ibid.

¹⁸³ Ibid.

¹⁸⁴ Ibid.

¹⁸⁵ Ivi, p. 28.

Infine, le storie condivise forniscono ai partecipanti punti di riferimento comuni che permettono di concepire il gruppo come una microcomunità dotata di significato, anche se temporanea. Tali riferimenti possono derivare da esperienze condivise in precedenza oppure da un rapporto comune con una storia più ampia che ha riunito i partecipanti in una determinata occasione¹⁸⁶. In base all'unione delle tre dimensioni, la galleria può essere letta come un contesto relazionale capace di orientare le modalità attraverso cui i pubblici si costituiscono e fanno esperienza dell'arte, senza che ciò esaurisca il ruolo delle predisposizioni individuali.

Questa interpretazione della galleria come contesto relazionale trova ulteriore sviluppo nel contributo di Sowa e Gosztyła (2026), secondo cui, nella sua componente pubblica, diventa luogo di incontro e integrazione, nel quale la presenza dell'arte si intreccia con le abitudini e gli stili di vita della comunità locale¹⁸⁷. L'identità di un luogo non dipende esclusivamente dalla sua storia o dalle caratteristiche della comunità che lo abita, ma anche dalla presenza di risorse culturali e artistiche e dalla qualità degli spazi pubblici e architettonici che ne definiscono l'esperienza quotidiana¹⁸⁸. Questa relazione determina le condizioni e le modalità del contatto con l'opera e influenza il modo in cui essa viene percepita, valutata, letta e interpretata dal pubblico¹⁸⁹.

Tale dimensione sociale risulta evidente nel rapporto con la cultura locale. La condivisione di produzioni artistiche, esperienze e punti di vista può favorire l'avvicinamento tra gli abitanti e rafforzare i legami esistenti, contribuendo alla costruzione di connessioni tra diversi gruppi sociali¹⁹⁰. Il contatto con l'arte può stimolare la riflessione, l'empatia e la capacità di confrontarsi con prospettive differenti, ampliando la visione del mondo e incoraggiando forme di pensiero creativo¹⁹¹. L'arte, così come la galleria che la contiene, assumono una funzione civica, trasformando la visione proposta dall'artista in uno stimolo all'azione e alla partecipazione¹⁹².

¹⁸⁶ Ibid.

¹⁸⁷ Cfr. A. Sowa, & M. Gosztyła, "The art gallery as a place to foster a sense of social identity" in *Technical Transactions. Architecture and Urban Planning*, N. 3, Cracow University of Technology Press, Cracow 2026, p. 2.

¹⁸⁸ Ibid.

¹⁸⁹ Ibid.

¹⁹⁰ Ibid.

¹⁹¹ Ivi, p. 3.

¹⁹² Ibid.

Oltre al beneficio individuale¹⁹³, diversi studi hanno rilevato un'associazione positiva tra il livello di partecipazione alle attività culturali e la salute di una comunità, anche tenendo sotto controllo variabili quali il genere e l'età: quanto maggiore è il numero di attività culturali presenti, tanto migliore sembra essere lo stato di salute collettivo¹⁹⁴. Uno dei tentativi più ampi, rigorosi e recenti di individuare evidenze empiriche è rappresentato dal progetto *Creative Practice as Mutual Recovery*, secondo cui le prescrizioni sociali realizzate nei musei producono effetti positivi analoghi a quelli che la ricerca ha riscontrato nel caso delle pratiche creative tra cui riduzione di stress e ansia, aumento del benessere psicologico, incremento dell'inclusione sociale e miglioramento della flessibilità cognitiva¹⁹⁵. Tali evidenze risultano significative perché mettono in luce come il rapporto tra individuo e arte produca effetti che vanno oltre la dimensione estetica, contribuendo a definire anche la galleria come uno spazio di relazione, benessere e partecipazione.

Gli spazi culturali non sono realtà universali e omogenee. Nonostante la globalizzazione abbia favorito la diffusione di modelli culturali e istituzionali simili in contesti diversi, le persone continuano a vivere e interpretare questi spazi in modi differenti¹⁹⁶. Non è sufficiente osservare le somiglianze tra le diverse città e i loro spazi culturali, ma è necessario considerare anche le specificità dei singoli contesti, come la storia, le identità sociali e culturali, le forme di governo e le caratteristiche del territorio. In caso contrario, si rischia di applicare modelli generali senza comprendere l'importanza delle differenze locali¹⁹⁷. La svolta culturale, collocabile intorno al 1970 e sostenitrice dell'autonomia della cultura rispetto alle macrostrutture economiche, ha contribuito a riconoscere un ruolo sempre più importante all'arte nella vita sociale, non guardando soltanto alle forme tradizionalmente considerate più alte, ma strizzando l'occhio a pratiche quotidiane e

¹⁹³ Pur non essendo oggetto del presente lavoro approfondire i meccanismi psicologici della fruizione artistica, è interessante sottolineare quanto la partecipazione regolare a eventi artistici è associata a migliori condizioni di salute mentale, con effetti quali la riduzione dell'ansia, il miglioramento dell'autostima, l'aumento del senso di significato e della soddisfazione personale, nonché la diminuzione della solitudine e dei sintomi depressivi.

¹⁹⁴ Cfr. J. Saavedra, "Gallery and museum visiting" in *The Routledge Companion to Health Humanities*, Routledge, Londra 2020, p. 246.

¹⁹⁵ Ibid.

¹⁹⁶ Cfr. G. Evans, *Cultural Spaces, Production and Consumption*, Routledge, Londra 2024, p. 5.

¹⁹⁷ Ibid.

consumi¹⁹⁸. Quello culturale continua in parte a dipendere dai prodotti e dai servizi offerti, dando però sempre più credito agli spazi nei quali essi vengono fruiti. Il luogo in cui avviene il consumo contribuisce a orientare e significare l'esperienza¹⁹⁹.

Negli ultimi anni, grande rilevanza è stata attribuita agli *art lab*, i laboratori d'arte, nuovi centri culturali multidisciplinari, sottolineandone il ruolo alternativo alle istituzioni tradizionali²⁰⁰. Molti di questi nuovi centri artistici si caratterizzarono per la combinazione di diverse forme d'arte, lo sviluppo di progetti interdisciplinari e legati ai nuovi media, la collaborazione tra professionisti e amatori, le attività educative e formative e il rapporto con le comunità locali²⁰¹. Il peso attribuito a questi elementi varia a seconda dei singoli centri: alcuni privilegiavano la specializzazione in una determinata forma artistica, altri prestano maggiore attenzione alla sperimentazione e alla produzione di opere nuove.

Gli *art lab* hanno contribuito alla diffusione di un modello di spazio culturale caratterizzato dalla sperimentazione e da una maggiore apertura verso la comunità. Si distinguono dalle istituzioni tradizionali per il fatto di considerare la funzione artistica e quella sociale come strettamente interdipendenti: il loro obiettivo è creare opportunità di sviluppo artistico, professionale, educativo e personale, rivolte sia agli artisti sia al pubblico²⁰². La programmazione di questi centri dipende da diversi fattori, tra cui la posizione geografica, gli spazi disponibili, le modalità di gestione e le scelte della direzione²⁰³.

Molti *art lab* sono nati grazie all'iniziativa di abitanti, artisti o organizzazioni locali, oppure per rispondere alla mancanza di un'offerta culturale adeguata in una determinata area. In molti casi, questi centri sono stati inoltre ricavati da edifici già esistenti, come chiese, municipi o strutture industriali, e adattati a nuove funzioni²⁰⁴. La riconversione di

¹⁹⁸ Ivi, p. 6.

¹⁹⁹ Ibid.

²⁰⁰ Ivi, p. 18.

²⁰¹ Ibid.

²⁰² Ivi, p. 19.

²⁰³ Ibid.

²⁰⁴ Ibid.

edifici preesistenti può contribuire a conservare la memoria e il patrimonio simbolico di un luogo, ma può anche influenzare il modo in cui lo spazio viene percepito²⁰⁵.

Gli *art lab* si caratterizzano per la varietà delle attività e dei servizi offerti, che possono comprendere laboratori, corsi, studi e programmi dedicati a diverse forme artistiche. Questa varietà favorisce una partecipazione più ampia e diversificata, poiché gli utenti entrano a contatto con più ambiti culturali e non necessariamente con una sola disciplina, svolgere un'importante funzione di mediazione tra la produzione culturale e i pubblici del territorio²⁰⁶.

Questa combinazione tra l'arte intesa come servizio e risorsa per la comunità e una produzione culturale nata da iniziative creative individuali e locali – spesso legate a uno specifico luogo e capaci di estendere le pratiche culturali a nuovi pubblici, utenti e territori, soprattutto al di fuori delle capitali e delle grandi città – viene generalmente progettata insieme alle comunità locali sulla base delle loro aspirazioni, necessità e forme di partecipazione²⁰⁷. Gli *art lab* rappresentano un punto di snodo lungo il *continuum* che va dall'autonomia dell'arte – rappresentata da artisti, compagnie, direttori e curatori – alla democrazia culturale. Si tratta di una tensione presente nelle politiche culturali e nelle diverse concezioni della pianificazione culturale²⁰⁸.

Nel complesso, la galleria d'arte si configura come un'organizzazione nella quale convergono dimensioni differenti: partecipa alla selezione e alla legittimazione delle opere, contribuisce alla costruzione del prestigio degli artisti e delle istituzioni, opera all'interno di un sistema di scambio economico e, al contempo, costituisce uno spazio di partecipazione e appartenenza. La sua specificità non risiede nella possibilità di ricondurla a una singola funzione, ma nella coesistenza di tutte queste logiche diverse.

Se la galleria si configura come uno spazio aperto alla collettività, ma allo stesso tempo attraversato da forme di differenziazione, diventa necessario interrogarsi su ciò che accade ancor prima dell'esperienza artistica: quali condizioni rendono possibile l'ingresso? Quali elementi materiali e simbolici lo favoriscono? Quali lo ostacolano? In che modo l'architettura o la sua collocazione contribuiscono a individuare chi si sente

²⁰⁵ Ibid.

²⁰⁶ Ivi, p. 22.

²⁰⁷ Ibid.

²⁰⁸ Ibid.

autorizzato a entrare? Il paragrafo seguente analizzerà pertanto le dimensioni materiali e non che precedono e orientano l'incontro con l'arte, concentrandosi sulle forme attraverso cui l'ingresso nella galleria può essere facilitato e, in parte, regolato. Si tratta, in altri termini, delle *affordance*, così come James J. Gibson (2014) le ha elaborate nell'ambito della sua "teoria ecologica della percezione". Indicano le possibilità di azione che l'ambiente offre all'individuo in virtù delle caratteristiche che lo costituiscono e della relazione che queste instaurano con percezioni e azioni del soggetto²⁰⁹. L'ambiente si configura come un insieme di possibilità che possono favorire o, al contrario, limitare determinati comportamenti. Applicato allo spazio espositivo, tale prospettiva considera il ruolo ambientale – non soltanto contenitivo delle opere – della galleria, tramite cui specifiche possibilità di movimento vengono offerte al visitatore.

2.2 Accesso e soglia: condizioni d'ingresso

L'accesso alla galleria d'arte costituisce il primo momento di significazione, la fase preliminare in cui il luogo viene percepito dall'esterno e interpretato attraverso i suoi primissimi elementi visibili: la posizione nello spazio urbano, l'aspetto architettonico, la vetrina, le modalità comunicative, l'atmosfera che riesce a trasmettere. La soglia si configura sì come un confine fisico tra dentro e fuori, ma anche come il punto in cui la galleria rende percepibili alcuni aspetti della propria identità e del tipo di esperienza che propone. Proprio in questo punto si colloca una delle questioni centrali del presente lavoro: comprendere quali elementi materiali e simbolici favoriscano o ostacolino l'ingresso.

La distinzione tra visitatori e non visitatori è il prodotto di una molteplicità di fattori sociali, culturali e psicologici che agiscono in maniera antecedente l'esperienza di visita, influenzando la percezione che gli individui costruiscono dell'istituzione e la loro disponibilità a varcarne la soglia²¹⁰. Richiamando la teoria del capitale culturale di Bourdieu, David Mason e Conal McCarthy sottolineano come la frequentazione di musei

²⁰⁹ Cfr. J. J. Gibson, *L'approccio ecologico alla percezione visiva*, a cura di V. Santarcangelo, Mimesis, Milano 2014.

²¹⁰ Cfr. D. Mason, & C. McCarthy, "'The feeling of exclusion': Young peoples' perceptions of art galleries" in *Museum Management and Curatorship*, Vol. 21, N. 1 Elsevier Amsterdam 2006, p. 21.

e gallerie sia strettamente legata a variabili quali età, istruzione, classe sociale ed esperienza culturale, che incidono sulla familiarità con i luoghi e sulla percezione di sentirsi legittimati a entrarvi²¹¹.

Tra gli elementi che contribuiscono a spiegare la decisione di non entrare risulta centrale la *threshold fear*, letteralmente “paura della soglia”, concettualizzata dalla studiosa Elaine Heumann Gurian (2005) e definita la barriera psicologica che dissuade gli individui dall’accedere a spazi nei quali prevedono di sentirsi a disagio o fuori posto²¹²: la soglia costituisce un limite simbolico che il potenziale visitatore valuta sulla base delle aspettative e delle rappresentazioni costruite prima del contatto diretto con l’istituzione, e la scelta di entrare o di rimanere all’esterno è il risultato di questa anticipazione, che può far percepire la galleria come distante dalla propria identità e dalle proprie competenze²¹³.

L’indagine condotta dagli autori mostra come tale percezione sia evidente tra i giovani, che descrivono questi luoghi attraverso immagini che richiamano un ambiente silenzioso, formale e poco dinamico, caratterizzato da un’atmosfera austera e da regole implicite di comportamento²¹⁴. A questa rappresentazione dell’ambiente si affianca quella del pubblico ritenuto tipico delle gallerie: i partecipanti alla ricerca identificano i visitatori in persone colte, sofisticate, benestanti o appartenenti a fasce d’età più avanzate, mentre solo una minima parte riconosce giovani simili a sé tra i frequentatori abituali²¹⁵. L’immagine della galleria come luogo destinato a esperti, artisti, studenti di discipline artistiche o individui socialmente privilegiati contribuisce a rafforzare un senso di estraneità e di mancata appartenenza, scoraggiando l’ingresso prima che avvenga qualsiasi esperienza diretta dello spazio espositivo²¹⁶.

Un aspetto significativo emerso dalla ricerca è che tale distacco non coincide con un disinteresse nei confronti della cultura visiva contemporanea; al contrario, molti giovani manifestano interesse per forme espressive quali fotografia, street art, fumetto, moda, musica, dichiarando di non riconoscere tali linguaggi nell’offerta proposta dalle gallerie.

²¹¹ Ibid.

²¹² Ibid.

²¹³ Ivi, p. 22.

²¹⁴ Ivi, p. 26.

²¹⁵ Ibid.

²¹⁶ Ivi, p. 27.

Più che rifiutare l'arte, rifiutano l'immagine della galleria come luogo in cui l'arte viene presentata e legittimata²¹⁷. La limitata partecipazione giovanile non si presenta come il risultato di una scelta individuale, è piuttosto l'espressione di una mancata corrispondenza tra la cultura promossa dall'istituzione e quella dei potenziali visitatori²¹⁸. Quando una galleria non riesce a rappresentare linguaggi, valori e identità riconoscibili da determinati gruppi sociali, la soglia si trasforma in una barriera simbolica che rende l'ingresso psicologicamente difficile, indipendentemente dall'assenza di ostacoli economici o fisici²¹⁹.

Le diverse modalità attraverso cui tali dinamiche possono tradursi in ostacoli all'accesso sono analizzate da Pandora, Wong e Polonsky (2009), che distinguono differenti tipologie di barriere alla partecipazione culturale. Un primo livello riguarda le barriere di accesso fisico, ossia i fattori materiali che incidono sulla possibilità concreta di raggiungere l'istituzione culturale²²⁰: fattori come la collocazione geografica della galleria, la distanza dal luogo di residenza, la difficoltà negli spostamenti o l'assenza di collegamenti adeguati possono ridurre la propensione alla visita, soprattutto quando la motivazione non è sufficientemente forte da compensare tali difficoltà²²¹. L'accessibilità non dipende solamente dalla presenza di uno spazio aperto al pubblico, ma anche dalla facilità con cui esso può essere concretamente raggiunto e inserito nella quotidianità delle persone²²². La distanza materiale può contribuire alla costruzione di una distanza simbolica: un luogo difficile da raggiungere appare lontano, straordinario a tal punto da divenire superfluo²²³. Accanto alle condizioni materiali si collocano le barriere personali, legate alla percezione soggettiva dell'esperienza culturale e al rapporto che l'individuo costruisce con essa: alcuni individui ritengono che una visita culturale non sarebbe sufficientemente piacevole, coinvolgente o adatta alle proprie modalità di svago; altri percepiscono queste

²¹⁷ Ibid.

²¹⁸ Ivi, p. 22.

²¹⁹ Ivi, p. 29.

²²⁰ Cfr. K. Pandora, & E. Wong, & M. J. Polonsky, "Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers" in *Marketing intelligence and planning*, Vol. 27, N. 6, Emerald Publishing, Leeds 2009, p. 840.

²²¹ Ibid.

²²² Ibid.

²²³ Ibid.

attività come troppo impegnative²²⁴. All'interno di questa dimensione assumono importanza le esperienze pregresse e i processi di socializzazione culturale. Il rapporto con le istituzioni è influenzato dal contesto familiare e dall'educazione ricevuta durante l'infanzia: le abitudini formanti l'individuo nei primi anni contribuisce a definire quali attività verranno percepite come accessibili²²⁵. In questa prospettiva riemerge il contributo di Bourdieu: la familiarità con i luoghi della cultura come risultato di un processo di acquisizione del capitale culturale che rende alcuni individui maggiormente inclini a riconoscere tali spazi come parte del proprio orizzonte di esperienza²²⁶.

Un ulteriore insieme di ostacoli riguarda la percezione della galleria come prodotto culturale²²⁷. Gli individui valutano non soltanto la possibilità di accedere fisicamente allo spazio, ma anche il valore dell'esperienza che immaginano di trovare al suo interno. Se l'offerta è poco interessante, seria o troppo intellettuale, la motivazione all'ingresso diminuisce²²⁸. Tra le barriere più strettamente legate alla dimensione simbolica della soglia si contano anche quelle relative alla comprensione: alcune persone percepiscono la paura di non comprendere l'arte o di non possedere gli strumenti interpretativi adeguati impedisce l'ingresso ancora prima di qualsiasi esperienza diretta. La mancanza di familiarità con i codici non produce necessariamente disinteresse, ma può generare una sensazione di inadeguatezza che rende più difficile il primo avvicinamento²²⁹. La prima impressione e l'esperienza che ne segue risultano di vitale importanza, giacché un contatto positivo può favorire una futura partecipazione, un'esperienza negativa consolidare la decisione di non tornare²³⁰.

Un ruolo determinante è infine svolto dalle barriere informative: la mancanza di comunicazioni riguardo agli eventi o alle modalità di visita può impedire ai potenziali visitatori di sviluppare interesse nei confronti dell'offerta culturale²³¹. Non sapere cosa aspettarsi può aumentare la percezione di distanza tra istituzione e pubblico; al contrario,

²²⁴ Ivi, p. 841.

²²⁵ Ibid.

²²⁶ Ibid.

²²⁷ Ivi, p. 843.

²²⁸ Ibid.

²²⁹ Ibid.

²³⁰ Ibid.

²³¹ Ibid.

strumenti informativi adeguati e linguaggi accessibili riducono l'incertezza e rendono più probabile l'attraversamento della soglia²³².

Melendez (2019) evidenzia come, nell'ambiente digitale contemporaneo, i social media abbiano ampliato le possibilità di presentazione e di condivisione delle organizzazioni culturali, nonché creato nuove forme di coinvolgimento preliminare anche per i non frequentatori abituali²³³. Secondo l'autrice, nonostante musei e gallerie abbiano progressivamente riconosciuto la necessità di ampliare e diversificare il proprio pubblico, molte istituzioni continuano a essere frequentate prevalentemente da gruppi sociali tradizionalmente associati alla cultura artistica, lasciando sottorappresentati gli altri segmenti della popolazione²³⁴. Tale squilibrio non deriverebbe da una mancanza di interesse verso l'arte, ma dalla persistenza di barriere storicamente costruite che rendono il museo uno spazio percepito come distante o addirittura esclusivo²³⁵.

Riprendendo i risultati della *Survey of Public Participation in the Arts* del National Endowment for the Arts (2008), Melendez sottolinea che l'architettura influenza profondamente la composizione del pubblico, poiché edifici monumentali, sofisticati o fortemente caratterizzati dal punto di vista estetico possono rafforzare l'immagine di luogo destinato a un pubblico colto e benestante²³⁶. Da elemento attrattivo, l'imponenza dello spazio muta in elemento intimidatorio, producendo la sensazione che lo spazio espositivo sia un luogo da osservare dall'esterno più che uno spazio da abitare²³⁷.

La stessa esperienza sociale dell'ingresso genera forme di esclusione: alcuni visitatori possono percepire il museo come uno spazio nel quale il proprio comportamento, l'aspetto o la posizione sociale saranno sottoposti a giudizio²³⁸. Da qui le ansie legate alla necessità di dimostrare implicitamente di appartenere al pubblico previsto: il visitatore si sente obbligato a dimostrare di conoscere le regole non scritte del comportamento

²³² Ivi, p. 845.

²³³ Cfr. O. Melendez, "Social Media and the Power to Effect Change: The Impact of the Digital Landscape on Achieving Equity Within Art Museum Leadership and Visitorship" in *Apollon Undergraduate Journal*, Vol. 9, Fairfield University Press, Fairfield 2019, p. 16.

²³⁴ Ibid.

²³⁵ Ibid.

²³⁶ Ivi, p. 18.

²³⁷ Ibid.

²³⁸ Ibid.

museale o di possedere un atteggiamento adeguato all'ambiente²³⁹. La soglia diventa un momento di autorappresentazione, in cui l'individuo valuta se la propria identità sia compatibile con quella apparentemente richiesta dal luogo. A contribuire a questa sensazione di estraneità sono gli elementi organizzativi della galleria, come ingressi poco visibili o porte chiuse, presenza percepita di controlli, orari limitati e difficoltà nell'orientamento autonomo all'interno dello spazio²⁴⁰. Per il visitatore abituale tali elementi risultano irrilevanti, mentre per chi si avvicina per la prima volta rafforzano la percezione di trovarsi in un ambiente complesso e poco accogliente²⁴¹. Lo spazio espositivo rischia di trasformarsi nel simbolo di un sistema culturale autoreferenziale, nel quale le classi sociali già privilegiate dal punto di vista educativo diventano anche coloro che definiscono, interpretano e trasmettono i valori culturali dominanti²⁴².

Negli ultimi anni, le gallerie si sono rapidamente adattate al panorama dei social media al fine di ampliare la propria portata e attrarre un pubblico giovane²⁴³. Molte grandi istituzioni, caratterizzate da un elevato numero di follower, stanno adottando strategie specifiche per sfruttare al meglio le potenzialità delle piattaforme. Attraverso il loro utilizzo, l'interazione con il pubblico cresce esponenzialmente, così come il numero dei professionisti del settore, assunti con lo scopo di sviluppare strategie mirate per valorizzare questo fenomeno sociale²⁴⁴. Con la progressiva democratizzazione della comunicazione online, il potere è stato sottratto a coloro che operano nel marketing e nelle relazioni pubbliche, passando agli individui e alle comunità che creano, condividono e consumano blog, tweet, filmati, immagini²⁴⁵.

Gallerie, musei e fondazioni utilizzano i loro account per comunicare direttamente e creare connessioni con il pubblico digitale, instaurando un rapporto più personalizzato e aumentando il livello di trasparenza²⁴⁶. Nonostante questi strumenti possedessero una funzione inizialmente informativa, col tempo hanno contribuito a attenuare la distanza

²³⁹ Ibid.

²⁴⁰ Ibid.

²⁴¹ Ibid.

²⁴² Ivi, p. 20.

²⁴³ Ivi, p. 28.

²⁴⁴ Ibid.

²⁴⁵ Ibid.

²⁴⁶ Ivi, p. 30.

simbolica che precede l'ingresso fisico in galleria: attraverso un primo contatto mediato dallo schermo, il potenziale visitatore può familiarizzare con gli artisti, le opere, il linguaggio e l'atmosfera dell'istituzione prima di confrontarsi direttamente con lo spazio²⁴⁷. La soglia non scompare, né vengono necessariamente eliminate le sensazioni di estraneità o inadeguatezza, ma il primo incontro può essere anticipato in una dimensione più privata e meno esposta, favorendo una graduale costruzione di fiducia²⁴⁸. L'ingresso rappresenta un momento decisivo nella costruzione della relazione tra pubblico e galleria, non costituendo soltanto un limite fisico da attraversare, ma uno spazio simbolico nel quale negoziare aspettative e senso di appartenenza. Esso non coincide con il compimento dell'esperienza artistica, ne rappresenta la condizione preliminare. Una volta oltrepassata la soglia, il rapporto tra il singolo e l'istituzione continua a definirsi attraverso le modalità con cui lo spazio viene abitato, interpretato e vissuto. Il paragrafo successivo analizzerà pertanto la dimensione esperienziale della visita, concentrandosi sulle pratiche di fruizione.

2.3 Abitare lo spazio espositivo tra coinvolgimento e modalità fruite

Una volta superata la soglia d'ingresso, l'esperienza del visitatore si sviluppa attraverso una serie di dispositivi materiali, organizzativi e relazionali che contribuiscono a orientarne percezione e modalità di fruizione. La configurazione dello spazio, la presenza e il comportamento del personale, la quantità e la qualità delle informazioni disponibili costituiscono veri e propri strumenti di mediazione attraverso i quali la relazione tra individuo, opera e istituzione si infittisce.

Il formalismo, sviluppatosi a partire dall'inizio del XIX secolo e riproposto da Roger Fry e Clive Bell in *Art* (1914), sosteneva che l'essenza dell'apprezzamento artistico risiedesse nelle proprietà formali dell'opera, e in particolare nelle combinazioni e nelle disposizioni di linee, colori e forme²⁴⁹. Esistono diverse ragioni per ritenere, contrariamente a tale posizione, che l'esperienza dell'arte non costituisca un'eccezione al ruolo pervasivo che

²⁴⁷ Ibid.

²⁴⁸ Ibid.

²⁴⁹ Cfr. D. Brieber, & M. Nadal, & H. Leder, "In the white cube: Museum context enhances the valuation and memory of art" in *Acta Psychologica*, Vol. 154, Elsevier, Amsterdam 2015, p. 37.

il contesto svolge nella cognizione e, nel caso in questione, nell'apprezzamento e nella memorabilità delle opere.

È ormai ampiamente dimostrato che le informazioni contestuali vengono immagazzinate nella memoria insieme a quelle relative all'oggetto, facilitandone il successivo riconoscimento²⁵⁰. Inoltre è stato dimostrato che l'inquadramento semantico, sia verbale sia visivo, influenza l'apprezzamento dell'arte e i processi neurali sottostanti²⁵¹. Infine, gli studi che hanno confrontato l'apprezzamento di opere originali esposte con quello di riproduzioni osservate in laboratorio hanno riscontrato differenze di significazione sostanziali²⁵². Nello specifico, gli effetti affettivi e cognitivi risultano potenziati nel contesto museale, tanto che le opere vengono percepite in maniera più coinvolgente²⁵³. Trasformando le opere d'arte in semplici stimoli, l'esperienza in un compito basato sulla risposta e i partecipanti in soggetti passivi, il contesto sperimentale del laboratorio elimina la componente situata e immersiva²⁵⁴.

Se, come affermò Edwin Hutchins all'interno di *Cognition in the Wild* (1995), «la cognizione umana è sempre situata all'interno di un complesso mondo socioculturale e non può rimanerne indipendente», allora l'arte non fa eccezione, e viene inevitabilmente vissuta all'interno di specifiche contingenze, nonché ricordata insieme ad esse²⁵⁵. Questo spiega perché le persone siano disposte a investire tempo e risorse per una visita *in loco* anziché optare per comode alternative virtuali²⁵⁶.

A partire dagli anni Duemila, il concetto di *design quality*, promosso nel Regno Unito dalla Commission for Architecture & the Built Environment (CABE), ha contribuito alla diffusione di una nuova sensibilità nella progettazione di edifici e spazi, orientata a considerare l'esperienza fisica e percettiva degli utenti²⁵⁷. Da questa impostazione prende forma il *Design Quality Indicator* (DQI), atto a valutare la qualità degli organismi edilizi attraverso il coinvolgimento dei diversi soggetti che li progettano, gestiscono e

²⁵⁰ Ibid.

²⁵¹ Ibid.

²⁵² Ibid.

²⁵³ Ibid.

²⁵⁴ Ivi, p. 42.

²⁵⁵ Ibid.

²⁵⁶ Ibid.

²⁵⁷ Cfr. G. Evans, *Cultural Spaces, Production and Consumption*, Routledge, Londra 2024, p. 34.

utilizzano²⁵⁸: tra gli utenti presi in considerazione rientrano i visitatori e gli utilizzatori abituali degli spazi, accanto a figure professionali quali architetti, project manager e responsabili gestionali.

Il quadro concettuale del DQI articola la qualità progettuale in tre dimensioni: funzionalità, qualità costruttiva e impatto: la prima riguarda il modo in cui lo spazio risponde alle esigenze degli utenti, considerando accessibilità, organizzazione e possibilità di fruizione – si pensi alla facilità con cui il pubblico riesce a comprendere lo spazio e a muoversi tra le opere; la seconda concerne la qualità materiale e tecnica dell'edificio; la terza gli effetti che l'ambiente produce sulla mente e sui sensi²⁵⁹.

Questa tripartizione permette di considerare la qualità spaziale in base all'interazione tra dimensioni differenti, e può essere applicata all'analisi dell'esperienza del visitatore all'interno delle gallerie d'arte; in particolare, la dimensione dell'impatto risulta centrale per comprendere la relazione tra spazio espositivo e pubblico, giacché l'ambiente della galleria produce effetti simbolici, che possono contribuire a generare curiosità, oppure, al contrario, intimidazione²⁶⁰.

L'esperienza del visitatore viene costantemente orientata dall'insieme dei dispositivi di mediazione²⁶¹. Che si tratti di etichette, fogli di sala, cataloghi e strumenti digitali, ogni elemento presente ha il compito di accompagnare il visitatore, definendo l'accessibilità all'opera, nonché incidendo sul grado di coinvolgimento²⁶². Tra tutti, la presenza del personale rappresenta un elemento imprescindibile, sebbene diversamente interpretabile: alcuni visitatori prediligono infatti un'esperienza autonoma, fondata sull'esplorazione individuale dello spazio e sul dialogo intimo con le opere; altri trovano maggiore arricchimento nell'interazione con chi è in grado di condividere la chiave di lettura dell'artista²⁶³.

La rilevanza dei dispositivi di mediazione era già stata evidenziata da Bourdieu e Darbel ne *L'amore dell'arte* (1972). Gli autori mettono in discussione l'idea secondo cui la presenza di informazioni scritte o orali comprometterebbe la contemplazione estetica,

²⁵⁸ Ibid.

²⁵⁹ Ivi, p. 35.

²⁶⁰ Ibid.

²⁶¹ Ivi, p. 36.

²⁶² Ibid.

²⁶³ Ibid.

sottraendovi immediatezza²⁶⁴. Coerentemente con la sua impostazione teorica, Bourdieu chiarisce che la spontanea contemplazione non è altro se non il risultato di un processo di apprendimento attraverso cui gli individui acquisiscono progressivamente i codici interpretativi del campo culturale; è solo apprendendo tali codici che si sviluppa la sensibilità di leggere l'opera con un solo sguardo²⁶⁵. In una simile prospettiva, tuttavia, la mediazione rappresenta uno strumento percettivo e cognitivo attraverso cui il sentire empatico si realizza. L'approccio pragmatista, già accennato nel corso della trattazione, consente di approfondire questa funzione, spostando l'attenzione dal ruolo di supporto alla fruizione a una concezione della mediazione come processo relazionale e distribuito tra una molteplicità di elementi. È su questo slittamento di significato che si colloca il contributo dei sociologi Antoine Hennion e Bruno Latour.

Per Hennion, l'analisi delle pratiche estetiche richiede di superare la netta separazione tra l'opera e le condizioni sociali e materiali dell'esperienza. A fare da ponte sono i dispositivi di mediazione, che partecipano alla co-formazione dell'opera e delle modalità attraverso cui essa viene percepita e apprezzata²⁶⁶. La svolta pragmatista rivolge l'attenzione alle situazioni, dando ampio spazio all'influenza che corpi, dispositivi e pratiche di osservazione esercitano al suo interno, e riconoscendo in questi elementi componenti interdipendenti attraverso cui gli attaccamenti estetici vengono progressivamente costruiti e ridefiniti²⁶⁷.

Secondo Hennion, la sempre più florida proliferazione di mediatori umani e materiali permette ai pubblici di fruire delle opere, registrandone una più profonda ricezione e mostrando come la realtà artistica emerga dalla continua ricomposizione dei rapporti tra elementi differenti²⁶⁸. Anche gli aspetti apparentemente secondari o esterni all'opera – il luogo, i materiali, le modalità di presentazione, gli interventi degli operatori – partecipano alla costruzione dell'esperienza artistica²⁶⁹. Ciò non implica la sostituzione dell'opera con

²⁶⁴ Cfr. P. Bourdieu, & A. Darbel, *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi Editore, Rimini 1972, p. 82.

²⁶⁵ Ibid.

²⁶⁶ Cfr. A. Hennion, "Pragmatics of Taste" in Jacobs Mark, & Hanrahan Nancy *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture*, Oxford, Blackwell 2005, p. 132.

²⁶⁷ Ivi, p. 136.

²⁶⁸ Cfr. A. Hennion, "L'histoire de l'art: leçons sur la médiation" in *Réseaux*, Vol. 11, N. 60, CNET, Parigi 1993, p. 16.

²⁶⁹ Ivi, p. 36.

ciò che la rappresenta, ma l'aggiunta e l'interazione di elementi che ne rendono possibile la significazione e, perché no, l'attaccamento²⁷⁰.

Bruno Latour interroga più radicalmente la natura delle relazioni, mettendo in discussione la distinzione tra soggetti che agiscono e oggetti che si limitano a essere strumenti. Secondo il sociologo, la mediazione non deve essere intesa come un passaggio neutro attraverso il quale un significato o un'intenzione vengono trasmessi da un oggetto a un soggetto, o da un soggetto a un altro. Mediare è sempre tradurre, ed è attraverso la traduzione che si concretizza uno spostamento, che a sua volta causa una trasformazione²⁷¹. Si parla di *detour* per indicare la deviazione rispetto al percorso diretto tra un'intenzione e il suo risultato: il significato che l'artista intende attribuire all'opera non giunge al pubblico in modo diretto, ma passa attraverso un dispositivo di mediazione – il personale di sala, ad esempio – che interviene sulla sua trasmissione. È nel corso di questo passaggio che il primo elemento assume una forma differente da quella originariamente prevista, poiché viene inevitabilmente risignificato dal dispositivo di mediazione²⁷². Tale processo non riguarda esclusivamente gli esseri umani, bensì coinvolge anche gli elementi inanimati che partecipano all'azione: il visitatore può elaborare autonomamente una determinata interpretazione dell'opera prima di ricevere informazioni su di essa. Quando, successivamente, entra in contatto con un testo di sala o con la spiegazione di un mediatore, o un qualsiasi altro dispositivo materiale connesso, la propria interpretazione si confronta con quella proposta dagli oggetti. Il significato attribuito all'opera viene dunque rielaborato attraverso l'incontro tra la prima interpretazione del visitatore – istintiva e perciò indelebile – e le informazioni successivamente ricevute – che, giudicate inevitabilmente veritiere, verranno visualizzate astrattamente nell'opera da quel momento in poi²⁷³.

La mediazione si colloca in uno spazio intermedio nel quale società e oggetti materiali si scambiano proprietà, rendendo impossibile separare rigidamente l'azione umana dalle caratteristiche materiali degli oggetti e degli ambienti nei quali essa si realizza²⁷⁴. Latour

²⁷⁰ Ibid.

²⁷¹ Cfr. B. Latour, "On Technical Mediation – Philosophy, Sociology, Genealogy" in *Common Knowledge*, Vol. 3, N. 2, Duke University Press, Durham 1994, p. 40.

²⁷² Ibid.

²⁷³ Ibid.

²⁷⁴ Ibid.

propone di superare la tradizionale opposizione tra soggetto e oggetto: l'azione non può essere attribuita esclusivamente all'uno o all'altro, ma deve essere considerata come il risultato della cooperazione tra diversi *actants* – materiali e immateriali – ai quali viene distribuita la responsabilità dell'azione²⁷⁵. Il soggetto non può essere considerato indipendentemente dagli elementi con i quali entra in relazione, così come l'oggetto non esiste come entità autonoma, ma acquista una funzione all'interno di un insieme²⁷⁶.

L'azione può essere delegata agli oggetti, i quali mantengono nel presente una funzione precedentemente definita da attori, anche in condizione di loro assenza, rendendo operative, nello spazio e nel tempo presente, intenzioni e decisioni elaborate altrove e precedentemente²⁷⁷. È attraverso questo stesso meccanismo che la mediazione permette di comprendere come il passato possa essere reso presente attraverso elementi materiali. Gli oggetti incorporano azioni, decisioni e competenze precedenti e, tramite un processo di delegazione, permettono agli effetti voluti dall'attore – un artista, ad esempio –, di far permeare nell'opera i suoi intenti ideologici ed emozionali²⁷⁸. La relazione tra pubblico e opera emerge dalla rete di mediazioni che organizza l'esperienza e attraverso la quale la seconda viene compresa dal primo, indipendentemente dal rapporto tra spettatore e oggetto²⁷⁹.

Alla luce di questa prospettiva, è importante precisare che riconoscere il ruolo dei dispositivi di mediazione non significa attribuire alla spiegazione dell'opera una funzione necessariamente sostitutiva dell'esperienza diretta.

Alla luce di questa prospettiva, è importante precisare che riconoscere il ruolo dei dispositivi di mediazione non significa attribuire loro una funzione sostitutiva dell'esperienza del visitatore. Sebbene ogni esperienza dell'opera si realizzi entro condizioni di mediazione più o meno esplicite, essa non può essere ricondotta interamente all'azione dei dispositivi²⁸⁰. La presenza di apparati esplicativi può orientare la fruizione, così come la loro assenza determina condizioni differenti di accesso e interpretazione –

²⁷⁵ Ibid.

²⁷⁶ Ivi, p. 44.

²⁷⁷ Ivi, p. 42.

²⁷⁸ Ibid.

²⁷⁹ Ivi, p. 44.

²⁸⁰ Cfr. P. Bourdieu, & A. Darbel, *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi Editore, Rimini 1972, p. 82.

giacché anche la scelta di non fornire alcuna informazione costituisce un elemento partecipante²⁸¹.

La stessa configurazione spaziale non produce obbligatoriamente la medesima esperienza in tutti gli individui²⁸²: ciò che per un visitatore appare leggibile può risultare criptico o addirittura respingente per un altro. Ne consegue che gli elementi che costituiscono lo spazio non determinano in modo automatico il comportamento del pubblico, contribuiscono piuttosto a predisporre un insieme di possibilità e interpretazioni – le già nominate *affordance* –, che vengono poi concretamente negoziate dai visitatori attraverso le loro pratiche e competenze²⁸³. È nell'interazione tra queste condizioni predisposte dalla galleria e i soggetti che le attraversano che risiede il cuore della visita.

A partire dai *Science and Technology Studies* e, soprattutto, dall'*Actor-Network Theory*, si è sviluppata una maggiore attenzione agli elementi materiali nella costruzione dell'azione e del significato²⁸⁴. A questo proposito, Sarah Harvey Richardson (2018) riprende la distinzione proposta dal sociologo Kevin Hetherington (*Museum Topology and the Will to Connect*, 1997) tra tre diverse modalità di concepire il luogo d'esposizione. Lo spazio euclideo è quello della geometria, dei confini e dei volumi e tende a ridurre la complessità dell'esperienza vissuta a una rappresentazione bidimensionale e cartografabile. Il discorsivo concepisce lo spazio come un testo che può essere letto e interpretato, rendendo visibili i rapporti di potere e le forme di *agency* che lo attraversano. Lo spazio piegato introduce una concezione topologicamente più complessa, nella quale i luoghi sono costituiti da connessioni, sovrapposizioni e relazioni contingenti, senza essere necessariamente riducibili a categorie stabili e separate²⁸⁵. Quest'ultima prospettiva consente di leggere la galleria come uno spazio in cui la materialità non si limita a fare da sfondo all'azione, ma contribuisce a orientarla. La configurazione fisica del luogo – porte, aperture, pareti, scale, ascensori, vetrine e altri elementi materiali – influenza le possibilità di movimento e le modalità attraverso cui i

²⁸¹ Ivi, p. 85.

²⁸² Ibid.

²⁸³ Ibid.

²⁸⁴ Cfr. S. Harvey Richardson, "The Art Gallery and its Audience: Reflecting on Scale and Spatiality in Practice and Theory" in *Museum & Society*, Vol. 16, N. 2, University of Leicester Press, Leicester 2018, p. 202.

²⁸⁵ Ivi, p. 204.

visitatori possono attraversare e interpretare l'ambiente. Anche i segni materiali svolgono una funzione importante: indicano la direzione, suggeriscono ciò che si sta osservando e assumono significato in relazione agli altri segni presenti nello spazio²⁸⁶.

In generale, la dimensione dell'impatto percettivo comprende l'insieme degli stimoli sensoriali attraverso cui l'ambiente viene vissuto. Tra questi, la componente sonora rappresenta un elemento meritevole di trattazione, poiché – se presente – concorre alla costruzione dell'atmosfera e influenza i processi emotivi e cognitivi che accompagnano l'esperienza estetica in galleria. Quest'ultima è caratterizzata dalla percezione di uno stimolo principale, l'opera d'arte, che supera una valutazione puramente razionale²⁸⁷. La contemplazione costituisce un processo psicologico specifico, che implica la concentrazione dell'attenzione e la temporanea sospensione dal flusso mentale ordinario²⁸⁸.

Il modo in cui la presenza o l'assenza della musica influenza la valutazione e le intenzioni comportamentali all'interno delle istituzioni culturali è stato a lungo poco studiato; per colmare la lacuna, Loureiro, Roschk e Lima hanno condotto due esperimenti: il primo è stato realizzato all'interno di una galleria d'arte virtuale ed era volto a esplorare l'effetto della musica di sottofondo sulla percezione e sulla memoria di un'esposizione; il secondo consisteva in uno studio sul campo, condotto in gallerie fisiche estendendo il modello *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R)²⁸⁹.

I risultati del primo mostrano effetti ambivalenti: se da un lato la musica costituisce uno stimolo più forte dell'osservazione dell'arte, interferendo con la componente immersiva della stessa, dall'altra, soprattutto se con discrezione e in coerenza con lo stile delle opere, facilita la memorizzazione delle informazioni visive e grafiche e smorza il tono talvolta austero dello spazio²⁹⁰.

²⁸⁶ Ivi, p. 206.

²⁸⁷ Cfr. S. M. Correia Loureiro, & H. Roschk, & F. Lima, "The Role of Background Music in Visitors' Experience of Art Exhibitions: Music, Memory and Art Appraisal" in *International Journal of Arts Management*, Vol. 22, N. 1, École des Hautes Études Commerciales de Montréal, Montréal 2019, p. 4.

²⁸⁸ Ibid.

²⁸⁹ Il modello Stimulus-Organism-Response (S-O-R), elaborato da Mehrabian e Russell in *An Approach to Environmental Psychology* (1974), descrive il comportamento dell'individuo come il risultato di una sequenza in cui gli stimoli dell'ambiente (*stimulus*) influenzano gli stati cognitivi ed emotivi dell'individuo (*organism*), determinando infine una risposta comportamentale (*response*), come l'avvicinamento, la permanenza o l'allontanamento dallo spazio. Ivi, p. 7.

²⁹⁰ Ibid.

Le emozioni sono parte integrante del processo di contemplazione dell'esperienza artistica e, secondo la teoria della valutazione cognitiva di Edward Deci and Richard Ryan (*Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*, 1985), rappresentano il risultato dell'interazione tra quest'ultima e l'insieme delle sensazioni e dei sentimenti corporei²⁹¹. Il processo di valutazione può riguardare tanto un singolo dipinto quanto un evento complessivo, comprendente altre opere e diversi aspetti dell'ambiente, tra cui la musica di sottofondo²⁹². Coerentemente a questo modello, i risultati del secondo esperimento si dichiarano favorevoli alla presenza di stimoli acustici²⁹³.

Gli spazi espositivi costituiscono contesti privilegiati per osservare come le proprietà dell'ambiente vengano percepite, interpretate e continuamente costituite attraverso gli scambi tra le persone²⁹⁴. Il significato degli oggetti non si produce sempre in un'indagine isolata, ma può altresì emergere attraverso l'interazione sociale, tanto nelle pratiche di visita condivise quanto negli incontri non programmati tra perfetti sconosciuti²⁹⁵.

Gli studi sui visitatori sottolineano la necessità di analizzare più attentamente le interazioni sociali che si sviluppano intorno alle opere esposte in galleria, poiché comportamento e esperienza dipendono anche dall'influenza reciproca tra i partecipanti alla visita²⁹⁶; le ricerche hanno mostrato, ad esempio, come le modalità con cui questi si muovono nello spazio, osservano le opere e attivano segnali nel corpo contribuiscono a definire l'atmosfera e la percezione del luogo²⁹⁷.

Gli studi tradizionali sul comportamento dei visitatori hanno generalmente descritto le visite come successioni degli stimoli prodotti dalle opere e dall'allestimento²⁹⁸. Un'osservazione più approfondita suggerisce, tuttavia, una concezione dinamica e processuale dell'esperienza espositiva: un'opera non viene necessariamente osservata in modo isolato, ma inserita dall'individuo all'interno di un contesto che si costruisce

²⁹¹ Ivi, p. 8.

²⁹² Ibid.

²⁹³ Ibid.

²⁹⁴ Cfr. D. Vom Lehn, & C. Heath, & J. Hindmarsh, "Exhibiting Interaction: Conduct and Collaboration in Museums and Galleries" in *Symbolic Interaction*, Vol. 24, N. 2, University of California Press, Berkeley 2000, p. 191.

²⁹⁵ Ibid.

²⁹⁶ Ivi, p. 192.

²⁹⁷ Ibid.

²⁹⁸ Ivi, p. 196.

durante il percorso²⁹⁹. Ogni oggetto viene percepito alla luce di quelli osservati precedentemente e, allo stesso tempo, l'esperienza pregressa viene rielaborata in relazione a ciò che segue³⁰⁰. Il visitatore, pertanto, non si limita a reagire ai caratteri espositivi e contribuisce a configurare il contesto entro il quale ogni opera viene vista e interpretata³⁰¹.

Le gallerie sono ambienti pubblici e, come tali, abitati da chiunque si trovi, casualmente o intenzionalmente, all'interno dello stesso campo percettivo³⁰². Spiegare la durata della sosta o il livello di attenzione del visitatore attraverso la sola attrattività dell'opera non è sufficiente, giacché un visitatore può incoraggiare o scoraggiare il proprio accompagnatore – o un perfetto sconosciuto nelle vicinanze – a osservare un determinato oggetto solamente restandovi dinanzi e rendendolo rilevante, oppure attraverso espressioni più compiute quali la parola e il gesto³⁰³. I visitatori negoziano tra loro la possibilità di avvicinarsi a un oggetto, di occuparne lo spazio circostante o di partecipare a una determinata attività, rendendo l'esperienza espositiva contestualmente determinata – basti pensare al fatto che una concentrazione di visitatori attorno a un'opera può attirare l'attenzione di altri, oppure, al contrario, scoraggiare l'avvicinamento a causa della difficoltà di accesso³⁰⁴.

Solitamente, un visitatore monitora ciò che avviene nella periferia del proprio campo percettivo, giacché i comportamenti visivi, vocali e corporei degli altri diventano risorse attraverso cui orientare il proprio modo di guardare, osservare e vivere le opere esposte³⁰⁵. Tale attenzione può influenzare le pratiche del guardare, del toccare e del parlare nonché, più in generale, la comprensione e l'apprezzamento degli oggetti con cui si entra a contatto³⁰⁶.

Le riflessioni sviluppate finora mostrano che la visita non può essere ricondotta esclusivamente alle caratteristiche individuali del pubblico né, al contrario, essere

²⁹⁹ Ibid.

³⁰⁰ Ivi, p. 198.

³⁰¹ Ibid.

³⁰² Ivi, p. 204.

³⁰³ Ibid.

³⁰⁴ Ivi, p. 202.

³⁰⁵ Ivi, p. 206.

³⁰⁶ Ibid.

spiegata soltanto attraverso la configurazione dello spazio espositivo. La fruizione prende forma nell'interazione tra dispositivi materiali, pratiche di mediazione, relazioni sociali e attitudine dei visitatori, configurandosi come un processo negoziato. Lo spazio della galleria non costituisce uno sfondo neutro, ma un insieme di condizioni che orientano, facilitano o talvolta ostacolano determinate modalità di partecipazione, senza tuttavia determinarle in modo univoco.

È proprio questa tensione tra condizionamento contestuale e capacità interpretativa dei soggetti a costituire il punto di partenza dell'indagine empirica presentata nel capitolo successivo. Attraverso una ricerca qualitativa basata su interviste ai visitatori di due gallerie d'arte contemporanea veneziane, accomunate da alcuni elementi strutturali ma differenti per caratteristiche espositive e modalità relazionali, sarà possibile mettere a confronto il quadro teorico delineato nei capitoli precedenti con l'indagine sul campo. L'obiettivo non è contrapporre la teoria all'evidenza empirica, bensì verificare come le dinamiche descritte dalla letteratura si manifestino all'interno dei casi di studio analizzati. L'analisi consentirà così di affrontare il quesito di ricerca che attraversa l'intero lavoro e che è il motore dei ragionamenti finora sviluppati: comprendere in che modo e in quale misura il pubblico delle gallerie d'arte contemporanea veneziane sia il risultato di processi di determinazione sociale legati al contesto espositivo e nell'appartenenza socio-culturale oppure esprima forme di *agency* capaci di ridefinire, negoziare e talvolta superare tali condizionamenti. Nell'analisi empirica verranno pertanto considerate anche le caratteristiche dei visitatori coinvolti nella ricerca, quali età, genere, livello di istruzione, esperienza pregressa e familiarità con l'arte contemporanea, al fine di osservare come tali variabili si intreccino con le modalità di percezione e fruizione dello spazio espositivo. Sarà proprio dal confronto tra il quadro teorico e le testimonianze raccolte sul campo che emergeranno gli elementi necessari per valutare l'equilibrio – o la predominanza – tra queste due dimensioni.

3. Il pubblico delle gallerie d'arte contemporanea a Venezia: un'analisi empirico-comparativa

3.1 Disegno di ricerca e impostazione metodologica della raccolta dati

I precedenti capitoli offrono il quadro teorico necessario all'analisi dei casi studio, centro e oggetto del presente capitolo. Se il primo ha posto l'attenzione sul chi, approfondendo le possibilità partecipative del pubblico, il secondo ha esplorato il dove, ovvero la galleria d'arte come spazio in cui pratiche e intenti si sfiorano, rivelandosi. L'intersezione tra questi due percorsi costituisce il punto nevralgico dell'indagine empirica, volta a osservare concretamente i soggetti e gli ambienti nell'esperienza fruitiva.

Questo terzo e ultimo capitolo sarà dedicato alla ricerca sul campo, il cui scopo è rispondere alla domanda posta sin dalle prime pagine: il pubblico delle gallerie d'arte contemporanea è selezionato dal contesto in base alle caratteristiche degli individui, oppure è il singolo stesso che sceglie di varcarne la soglia? Da cosa dipende la scelta? Quale ruolo giocano lo spazio e i suoi elementi nell'orientare tale connessione?

In una prima fase, il disegno empirico prevedeva la comparazione di tre configurazioni dello spazio espositivo: una galleria strutturata, una settoriale e uno spazio di natura ibrida e polifunzionale. Tale articolazione è stata successivamente riconsiderata in ragione della sopravvenuta indisponibilità di una delle gallerie inizialmente individuate. La possibilità di un caso sostitutivo che presentasse caratteristiche funzionalmente comparabili si è rivelata problematica, tanto da rendere necessario un parziale riassetto del disegno della ricerca, orientando la selezione dei casi verso una comparazione a due: da un lato, una galleria d'arte contemporanea, considerata nel suo ruolo commerciale; dall'altro, uno spazio espositivo di natura ibrida che, accanto alle funzioni più tradizionali, sviluppa dialoghi peculiari sia con la comunità cittadina che con il tessuto urbano.

L'approccio che verrà adottato nella fase di analisi è di tipo *theory-driven*, giacché le interviste hanno costituito lo strumento attraverso cui raccogliere evidenze relative ad esperienze, percezioni e modalità di fruizione dei visitatori, che poi verranno interpretate alla luce delle lenti teoriche precedentemente discusse.

Il lavoro di ricerca è stato portato avanti tramite interviste qualitative semi-strutturate rivolte a frequentatori e frequentatrici di entrambi gli spazi considerati, della durata media di venticinque minuti e orientate sia alla ricostruzione del rapporto individuale degli intervistati con l'arte sia all'esplorazione delle sensazioni provate nello spazio espositivo. A supporto dell'indagine è intervenuta anche l'attività di osservazione condotta sul campo in modalità non partecipante, al fine di rilevare le modalità di interazione dei visitatori con l'ambiente e le opere. L'osservazione ha preceduto lo svolgimento dell'intervista ed è stata condotta per circa cinque minuti, coinvolgendo ciascun visitatore, nell'ambito di visite della durata complessiva compresa tra i dieci e i venti minuti. L'attenzione è stata rivolta alla prossimità mantenuta dai visitatori rispetto alle opere, osservando i movimenti all'interno dello spazio con il minor grado possibile di intrusività. Tale attività osservativa è stata condotta esclusivamente presso il primo dei casi studio – le differenti modalità di rilevazione saranno precisate nel prosieguo del capitolo.

Ad ogni modo, l'integrazione tra osservazione e intervista ha consentito di raccogliere elementi complementari, funzionali alla ricostruzione e all'interpretazione delle forme di *agency* esercitate dai visitatori. La ricerca si colloca nell'ambito del *fieldwork* come strumento di rilevazione empirica.

Occorre precisare che la metodologia di raccolta delle interviste non è stata applicata in maniera identica nei due casi analizzati. Tale differenziazione deriva dalle caratteristiche strutturali e dalle differenti modalità di relazione con il pubblico proprie dei due spazi espositivi, ma non costituisce un elemento di incoerenza metodologica *ipso facto*. Secondo Bourdieu e Darbel, una comparazione non si fonda esclusivamente sull'omogeneità formale delle procedure, poiché fatti apparentemente comparabili possono assumere significati differenti se inseriti in sistemi di relazioni diversi³⁰⁷. L'adozione di procedure identiche non deve tradursi nell'ignoranza delle specificità, va bensì accompagnata dalla considerazione del contesto entro il quale i dati vengono prodotti. Nel caso della galleria commerciale, le interviste sono state realizzate in presenza e casualmente tra i visitatori; questa modalità ha consentito di interrogare il

³⁰⁷ Cfr. P. Bourdieu, & A. Darbel, *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi Editore, Rimini 1972, p. 23.

pubblico nel momento stesso della visita, concentrando l'intervista sull'esperienza concreta dello spazio espositivo, sul motivo della visita e sulla percezione dell'ambiente. Nello spazio espositivo ibrido, caratterizzato da un pubblico fidelizzato, le persone coinvolte nell'indagine sono state individuate dallo spazio stesso e intervistate online. La selezione è stata orientata dall'effettiva e prolungata frequentazione dello spazio: tutti e cinque i soggetti seguivano la galleria da tempo e, preventivamente informati della ricerca, si sono mostrati disponibili a partecipare. L'obiettivo non era osservare l'esperienza di una visita occasionale, bensì comprendere il processo attraverso il quale gli individui si sono progressivamente avvicinati allo spazio, sviluppando una relazione continuativa con esso. La traccia dell'intervista è stata adattata alla casistica, in modo da ricostruire retrospettivamente le modalità attraverso cui gli intervistati avevano conosciuto la realtà espositiva e continuato a frequentarla.

La scelta di ricorrere all'intervista semi-strutturata risponde alla volontà di lasciare alle persone intervistate un margine significativo di libertà nell'elaborazione e nella narrazione della propria esperienza. La modalità prescelta ha consentito di mantenere alcuni nuclei tematici comuni a tutti gli intervistati, necessari a garantire la comparabilità del materiale empirico e, al tempo stesso, lasciare spazio alla libera articolazione del discorso, permettendo a ciascun partecipante di attribuire rilevanza agli aspetti significativi della propria esperienza. Tale impostazione è risultata funzionale agli obiettivi della ricerca: al di là della verifica o meno di caratteristiche precedentemente individuate sul piano teorico, l'intento era comprendere come queste emergessero concretamente nei racconti e nelle esperienze dei visitatori, predisponendo una traccia sufficientemente flessibile da consentire che tali dimensioni emergessero, laddove presenti, nel corso dell'intervista. La teoria ha costituito una solida guida per la costruzione della traccia e per la successiva interpretazione del materiale, senza trasformarsi in uno schema rigido da sottoporre direttamente ai partecipanti. In questo modo, l'intervista ha consentito di osservare l'interazione tra le dimensioni strutturali e quella individuale senza imporre agli intervistati una specifica lettura esperienziale.

Ogni elemento spaziale – apparentemente casuale – può influenzare la percezione di chi osserva e vive. Riconsiderando l'interazione simbolica tra visitatori e architettura del luogo, per cui si rimanda al contributo di Dirk vom Lehn, Christian Heath e Jon Hindmarsh (2000), la strutturazione di un approccio preliminare all'intervista è coerente

con l'importanza attribuita alla galleria nel corso della trattazione: mancando di una componente, l'analisi dei simbolismi sarebbe crollata anch'essa. Si anticipa che, sulla base dei dati raccolti e delle osservazioni effettuate, l'interazione sociale e quella simbolica con lo spazio rappresentano due elementi chiave emersi nel corso della ricerca. L'indagine sul campo è stata condotta nel mese di maggio, in concomitanza con l'inaugurazione della sessantunesima edizione della Biennale di Venezia. Se per le interviste condotte online tale collocazione temporale non ha comportato particolari implicazioni, essa va tenuta presente nel caso delle interviste realizzate in presenza. La letteratura ha evidenziato che questo evento artistico amplifica notevolmente l'attenzione internazionale sulla città e sul suo sistema culturale. Johanson, Vincent e Glow (2022) sottolineano il richiamo di nuovi pubblici e l'infittirsi delle relazioni che si creano tra artisti, gallerie, istituzioni e altri intermediari del campo dell'arte contemporanea, contribuendo a rafforzare la centralità di Venezia all'interno del sistema³⁰⁸.

John e Margaret Gold (2022) parlano di "venezianizzazione" (*venetianization*) per riferirsi al processo attraverso cui la Biennale si è progressivamente espansa dal proprio nucleo storico, concentrato originariamente nei Giardini, verso l'intero tessuto urbano³⁰⁹. La progressiva capillarizzazione della manifestazione ha contribuito a estendere la presenza dell'evento oltre le sue sedi istituzionali, coinvolgendo una pluralità di luoghi. Contribuisce a orientare i visitatori interessati all'arte contemporanea anche al di fuori dei tradizionali percorsi turistici, grazie alla proliferazione di iniziative che, durante i mesi interessati, permeano nel tessuto lagunare. Si pensi ai numerosi "eventi collaterali" promossi da istituzioni pubbliche e private, il cui *status* consente di beneficiare di una discreta visibilità, contribuendo al contempo a estendere la presenza artistica oltre le sedi direttamente coinvolte nel nucleo espositivo.

Le gallerie considerate nella presente ricerca non hanno ospitato eventi collaterali della Biennale. Ciò nonostante, il periodo di svolgimento della ricerca rappresenta un elemento contestuale da tenere in considerazione, poiché l'intensificazione della presenza di

³⁰⁸ Cfr. K. Johanson, & B. Coate, & C. Vincent, & H. Glow, "Is there a 'Venice Effect'? Participation in the Venice Biennale and the implications for artists' careers" in *Poetics*, Vol. 92, Art. N. 101619, Elsevier, Amsterdam 2022, p. 2.

³⁰⁹ Cfr. J. Gold, & M. Gold, "Longevity and reinvention: Venetianization and the Biennale" in *Festivals and the City: The Contested Geographies of Urban Events*, University of Westminster Press, Londra 2020, p. 154.

visitatori e dell'offerta culturale si riflette inevitabilmente sulle modalità di frequentazione degli spazi espositivi che, pur non partecipando direttamente alla manifestazione, sono inseriti nello stesso ecosistema culturale.

A completamento dell'inquadramento della ricerca, è opportuno esplicitare alcuni elementi che definiscono il perimetro entro cui i risultati devono essere interpretati.

In primo luogo, la diversa modalità di individuazione dei partecipanti nei due casi costituisce un elemento comparativo da tenere in considerazione; come già anticipato, mentre nella galleria commerciale gli intervistati sono stati intercettati casualmente durante la loro visita, nello spazio espositivo ibrido i partecipanti sono stati individuati con il supporto degli organizzatori, in ragione della particolare relazione di frequentazione continuativa.

Un secondo elemento riguarda la specificità dei due casi selezionati. Sebbene la scelta di selezionare due contesti significativamente distinti consenta di sviluppare un confronto approfondito, questa non permette tuttavia di estendere automaticamente i risultati all'insieme delle gallerie e degli spazi espositivi contemporanei veneziani. Le evidenze raccolte devono pertanto essere interpretate in relazione ai contesti specifici nei quali sono state prodotte, e i limiti attentamente considerati.

Un ulteriore elemento di cui tenere conto riguarda la collocazione temporale della rilevazione. Come già osservato, le interviste sono state condotte in concomitanza con la Biennale di Venezia. Pur non compromettendo la validità dell'indagine, la composizione del pubblico intercettato e le modalità di frequentazione degli spazi potrebbero pertanto essere state influenzate anche da questa specifica condizione temporale.

La presente ricerca non intende fornire una rappresentazione generalizzabile del pubblico delle gallerie d'arte contemporanea, ma analizzare, attraverso il confronto tra due casi differenti, le modalità attraverso cui caratteristiche individuali, condizioni sociali e configurazioni degli spazi espositivi concorrono a orientare l'esperienza di fruizione, per valutare in ultima istanza chi, tra ente e affezione, generi la pratica di fruizione.

3.2 Configurazione delle gallerie selezionate: gli spazi di AKKA Project e Panorama

Dopo aver delineato le modalità attraverso cui la ricerca è stata differentemente condotta nei due casi studio, risulta opportuno soffermarsi sugli spazi espositivi in sé, approfondendo la configurazione tramite cui si presentano e accolgono il pubblico.

Un primo elemento di differenziazione riguarda la collocazione geografica. Venezia costituisce un contesto tanto privilegiato quanto peculiare per osservare i fenomeni legati alla fruizione culturale, in ragione della pressione turistica che ne caratterizza le vie e che tende ad accentuarsi nel periodo concomitante con la ricerca. All'interno di questo comune scenario, tuttavia, AKKA Project e Panorama contribuiscono a definire due modalità di relazione, ugualmente autentiche, con lo spazio circostante e i suoi frequentatori.

AKKA Project è situata a breve distanza dal Ponte dell'Accademia. Si inserisce all'interno di una corte veneziana dall'atmosfera raccolta, se comparata ai normali flussi turistici. La presenza di finestre affacciate sul Canal Grande ne consente l'individuazione dall'esterno, caratterizzandola al contempo in un contesto architettonico di indubbia suggestione. Panorama, al contrario, si trova nel Campiello San Zulian, nel cuore del sestiere-simbolo di Venezia. La collocazione in San Marco determina una relazione diretta con il principale flusso di attraversamento del centro storico: lo spazio assiste al continuo passaggio di visitatori e residenti risultando, almeno sul piano geografico, maggiormente esposta alla dimensione pubblica.

La soglia si presta a differenti configurazioni: le modalità con cui l'ingresso viene reso riconoscibile, nonché gli elementi che lo compongono, orientano percezioni quasi opposte. Nel caso di AKKA Project, la galleria è raggiungibile via terra e via mare. Il percorso attraverso i vicoli veneziani conduce progressivamente alla corte, anticipata da un manifesto della galleria concernente la mostra in corso. Questo primo dispositivo di riconoscibilità attira l'attenzione del passante e suggerisce la presenza di uno spazio espositivo che, diversamente da quelli affacciati sui percorsi principali, potrebbe non risultare immediatamente individuabile a piedi. Una volta raggiunta la corte e avvicinandosi al portone d'ingresso, sulla destra è visibile un ulteriore elemento di comunicazione, un banner in tessuto fissato alla struttura esterna. L'accesso avviene attraverso una porta a vetri ed è necessario suonare il campanello. Accanto ad esso è

collocata una piccola targa recante la scritta “*Ring for art and prosecco*”, elemento che introduce una componente informale e chiarisce al tempo stesso la finalità artistica dello spazio.



Figura 1. Veduta della Corte del Duca Sforza, sede di AKKA Project. Courtesy of AKKA Project.

Assai differente risulta il legame tra gli spazi esterni e l'interno di Panorama. La dimensione estremamente ridotta dello spazio e la sua configurazione prevalentemente vetrata fanno sì che si renda interamente visibile dall'esterno. Aperta su appuntamento, o durante gli eventi organizzati dai direttori, la galleria offre ai passanti la visione delle opere esposte. Il concetto di soglia rimane sospeso, a tratti scompare, permettendo a

interno ed esterno di permeare uno dentro l'altro attraverso una continuità visiva e percettiva tra il campiello e ciò che la vetrata contiene.



Figura 2. Installation view di *Tomorrow, yesterday and tomorrow*, mostra di Maurizio Segato, 2025. Foto di MAY. Courtesy of Panorama Venezia.

La differenza tra le due soglie è indubbiamente significativa. In AKKA Project l'accesso si configura come un progressivo avvicinamento a uno spazio relativamente nascosto, nel quale la segnaletica e gli elementi comunicativi svolgono una funzione di orientamento e di invito all'ingresso; la soglia segnala la separazione tra ambiente esterno e interno e richiede un gesto esplicito da parte del visitatore, che deve suonare il campanello e attendere di essere accolto. In Panorama, al contrario, il confine tra spazio espositivo e spazio urbano risulta permeabile. La trasparenza delle vetrate e la conseguente visibilità delle opere dall'esterno rendono l'ingresso immediatamente leggibile e riducono la

distanza percettiva. Senza rendersene conto, il visitatore è nel pieno dell'esperienza artistica ancor prima di aver scelto se entrare o meno. Questa caratteristica risulta evidente durante i talk e i momenti di dialogo su tematiche artistiche e culturali che Panorama è solito organizzare. In tali occasioni, gli spettatori si dispongono all'esterno, direttamente sul campiello, mentre il relatore rimane all'interno dello spazio o si colloca in prossimità della soglia. Come osservano Pandora, Wong e Polonsky, gli individui non valutano soltanto la possibilità materiale di accedere a un luogo culturale, ma anche l'esperienza che immaginano di trovare al suo interno³¹⁰. La percezione di un'offerta troppo seria, intellettuale o poco interessante può ridurre la motivazione, così come il timore di non possedere gli strumenti necessari per comprendere l'arte può trasformarsi in una barriera simbolica³¹¹.

La configurazione spaziale interna di AKKA Project appare piuttosto articolata. Lo spazio si sviluppa attraverso quattro sale principali, collegate da un lungo corridoio, alle quali si aggiunge un ulteriore ambiente destinato alle attività manageriali. È proprio lo spazio di raccordo, tuttavia, l'elemento architettonicamente più impattante: le pareti sono decorate con motivi a goccia variamente colorati, producendo un ambiente intenso e riconoscibile. La scelta cromatica e decorativa definisce il carattere contemporaneo dello spazio e stabilisce un dialogo schietto con il visitatore, meno astratto rispetto alla neutralità espositiva del *white cube*³¹². La presenza del colore e la configurazione degli ambienti contribuiscono a generare accoglienza, nonché l'impressione di un luogo fortemente caratterizzato, nel quale elementi architettonici e decorativi partecipano alla costruzione dell'esperienza espositiva.

³¹⁰ Cfr. K. Pandora, & E. Wong, & M. J. Polonsky, "Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 27, N. 6, Emerald Publishing, Leeds 2009, p. 840.

³¹¹ Ibid.

³¹² Con l'espressione *white cube* s'intende il modello di spazio espositivo moderno caratterizzato da un ambiente neutro e interamente bianco, concepito per concentrare l'attenzione del visitatore sulle opere. Per un'analisi critica del concetto, si veda Brian O'Doherty (*Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space*, 1976).



Figura 3. Corridoio d'ingresso di AKKA Project. Courtesy of AKKA Project.

Proseguendo lungo il corridoio si raggiunge una prima sala, configurata in parte come uno spazio di soggiorno e di incontro. L'ambiente presenta alcune poltrone e materiali relativi all'attività della galleria, tra cui i cataloghi, oltre a una serie di scatti degli artisti rappresentati da AKKA Project e che, negli anni, hanno soggiornato nella residenza. Il percorso continua lungo le sale espositive, le cui pareti sono invece prevalentemente neutre. Durante il periodo di osservazione, corrispondente al mese di maggio dell'anno corrente, gli ambienti ospitavano la mostra *Black Box* dell'artista etiope Dawit Abebe, le cui opere, fortemente caratterizzate dal punto di vista cromatico, instauravano un rapporto significativo con la neutralità spaziale. Gli affacci verso il canale introducono una componente paesaggistica che si sovrappone a quella propriamente espositiva: le opere sfiorano metaforicamente l'acqua e il paesaggio veneziano tutto, creando una continuità visiva tra l'arte contemporanea e l'elemento naturale più caro a Venezia. L'uso del colore

e la presenza di elementi destinati alla sosta e alla consultazione costruiscono un ambiente elegante ma, al contempo, accessibile, nel quale il visitatore può sentirsi a proprio agio.



Figura 4. Veduta della Sala 4 di AKKA Project, in occasione della mostra personale di Dawit Abebe “Black Box”, 2026. Courtesy of AKKA Project.

Gli spazi risultano facilmente percorribili e privi di ostacoli significativi per la mobilità: le opere sono collocate lungo le pareti o in prossimità delle stesse, lasciando libero il centro delle sale. Ne deriva una fruizione spaziale fluida, che non impone un unico percorso.

La percezione di Panorama risulta inevitabilmente condizionata dalla limitata estensione dello spazio. In questo caso, l’esperienza non si costruisce tanto in una successione di

ambienti differenti, quanto attraverso la relazione costante tra ciò che avviene all'interno e ciò che si svolge al di fuori. Lo spazio invita a restare, soffermarsi sul particolare, notarne le sfaccettature, in un dialogo che ferma il tempo e coinvolge in modo collettivo. Quella che in apparenza sembra una limitazione, diventa caratteristica qualificante, invito a considerare sia l'estetica che il concetto.



Figura 5. Restituzione nello spazio pubblico del workshop *L'assemblea delle parole*, Edoardo Lazzari, Oltreforma, 2026. Photo by MAY. Courtesy of Panorama Venezia.

Le differenze riscontrate tra i due casi non riguardano soltanto le dimensioni o la conformazione architettonica, ma più complessivamente le modalità attraverso cui il visitatore si relaziona allo spazio. AKKA Project costruisce un ambiente maggiormente articolato, con un percorso fortemente caratterizzato. Panorama, al contrario, presenta una configurazione più essenziale ed “emotiva”, nella quale la permeabilità tra interno ed esterno costituisce il principale elemento distintivo.

3.3 Composizione socio-demografica e caratteristiche socio-culturali del pubblico

Delineate le caratteristiche dei due spazi e le modalità attraverso cui intervistati e intervistate sono stati individuati, è ora possibile esaminare la composizione dei due campioni. L'analisi dei profili costituisce il primo passaggio per comprendere quali condizioni sociali e culturali caratterizzino il pubblico dei due spazi e quali eventuali differenze emergano tra i campioni.

Il *corpus* è costituito da dieci interviste, cinque per ciascuna galleria. Come già anticipato, la modalità di selezione degli intervistati è stata differente nei due casi. Panorama, giovane realtà in costante crescita e caratterizzata da una particolare attenzione al dialogo intorno all'arte, ha consolidato nel tempo una comunità stabile di frequentatori abituali. Pur senza configurarsi come clientela in senso strettamente commerciale, questo pubblico ha sviluppato un legame continuativo con lo spazio. In questo caso, i fondatori di Panorama hanno individuato e indirizzato cinque persone alla ricerca. Nel caso di AKKA Project, realtà soprattutto commerciale, i cinque intervistati sono stati intercettati casualmente tra il pubblico durante le visite³¹³.

Un primo livello di analisi riguarda le caratteristiche socio-demografiche delle persone coinvolte, considerati età, genere, provenienza geografica, livello di istruzione e condizione professionale. Questi elementi consentono di delineare la composizione dei due campioni e individuare eventuali ricorrenze o differenze tra i pubblici dei due spazi. Pur non consentendo, data l'esiguità dei campioni, di generalizzare i dati relativi alla composizione sociodemografica dei pubblici dei due spazi, tali variabili permettono di delineare i profili dei soggetti intervistati e di rilevare alcune differenze interne ai campioni, che potranno costituire un elemento di interesse per eventuali ulteriori sviluppi della ricerca:

	Età	Genere	Nazionalità	Livello di istruzione	Professione
<i>A1</i>	70	Uomo	Italiana	Diploma di scuola	Pensionato (ex operaio)

³¹³ È opportuno precisare che, come già evidenziato nel primo capitolo, la selezione definita «casuale» nel caso di AKKA Project è riferita esclusivamente ai visitatori interessati alla fruizione dello spazio e non ai potenziali clienti. Anche in questo caso è stata pertanto effettuata una selezione preliminare, sebbene basata su criteri differenti rispetto a quella adottata per Panorama.

				secondaria superiore	
<i>A2</i>	65	Uomo	Italiana	Laurea	Professore
<i>A3</i>	18	Donna	Italiana	Licenza media	Studentessa di liceo
<i>A4</i> ³¹⁴	25	Donna	Britannica	Laurea	Impiegata d'azienda
<i>A5</i>	25	Uomo	Britannica	Diploma di scuola secondaria superiore	Impiegato d'azienda
<i>P1</i>	35	Uomo	Italiana	Laurea	Fotografo
<i>P2</i>	36	Uomo	Italiana	Laurea	Regista
<i>P3</i>	21	Uomo	Italiana	Diploma di scuola secondaria superiore	Studente universitario
<i>P4</i>	37	Donna	Italiana	Laurea	Impiegata in ufficio amministrativo
<i>P5</i>	35 ³¹⁵	Donna	Italiana	Laurea	Fotografa e imprenditrice

Tabella 1: Caratteristiche socio-demografiche delle persone intervistate.

La composizione socio-demografica del campione evidenzia una certa eterogeneità, soprattutto per quanto concerne età, condizione professionale e livello di istruzione. Gli intervistati hanno un'età compresa tra i 18 e i 70 anni, con una distribuzione tuttavia differente nei due spazi: il campione di AKKA Project presenta una maggiore ampiezza anagrafica, comprendendo sia la persona più giovane sia quella più anziana tra gli intervistati; i frequentatori di Panorama si concentrano nella fascia compresa tra i 21 e i 37 anni – ciò non costituisce un dato inatteso, considerate la natura della realtà e le caratteristiche delle attività che vi vengono organizzate. Come già osservato, Panorama si rivolge prevalentemente a un pubblico giovane e propone una programmazione con

³¹⁴ Si specifica che A4 e A5 sono una coppia di giovani turisti inglesi, entrati congiuntamente nello spazio espositivo ma intervistati separatamente, al fine di evitare possibili influenze reciproche nelle risposte.

³¹⁵ L'età dell'intervistata è stata ricostruita sulla base di informazioni biografiche pubblicamente disponibili, relative al percorso formativo e professionale.

modalità di partecipazione più dinamiche ed eterogenee rispetto a quelle proprie di una galleria tradizionalmente commerciale.

La composizione di genere, al contrario, presenta la medesima distribuzione nei due campioni, entrambi composti da tre uomini e due donne.

Marcata è la differenza relativa al livello di istruzione. Nel campione di Panorama, quattro dei cinque intervistati hanno conseguito una laurea, mentre il quinto è uno studente universitario. Il campione di AKKA Project risulta maggiormente eterogeneo: a fronte di due intervistati laureati, sono presenti due persone con diploma di scuola secondaria superiore e una studentessa ancora impegnata nel medesimo percorso. Emerge una diversa composizione dei due gruppi rispetto al livello di istruzione formalmente raggiunto, elemento che assume particolare rilevanza alla luce della centralità attribuita al capitale culturale nel quadro teorico della ricerca. La differenza rilevata deve tuttavia essere interpretata tenendo conto delle differenti modalità di composizione dei due campioni, che incidono sulla distribuzione del livello di istruzione. Il dato viene pertanto considerato in chiave descrittiva ed esplorativa, senza assumerlo come rappresentativo della composizione dei due pubblici.

Rispetto alle condizioni professionali, il campione di AKKA Project comprende un pensionato, un professore, una studentessa e due impiegati d'azienda, mentre quello di Panorama è costituito prevalentemente da professionisti attivi in ambiti creativi e culturali: un fotografo, un regista, una fotografa e imprenditrice, oltre a un'impiegata in ufficio amministrativo universitario e uno studente frequentante il corso di Design e Comunicazione della Moda presso l'Istituto IUAV di Venezia. La distribuzione osservata suggerisce una diversa composizione professionale dei due campioni, con una maggiore presenza, nel caso di Panorama, di soggetti inseriti in attività direttamente o indirettamente riconducibili al settore culturale e creativo.

Per quanto riguarda la provenienza nazionale, il campione di Panorama è composto interamente da cittadini italiani, mentre quello di AKKA Project comprende tre italiani e due turisti britannici. Anche questo elemento contribuisce a differenziare i due gruppi, introducendo una componente internazionale nel pubblico intercettato presso la galleria. I dati socio-demografici consentono di delineare la composizione dei due campioni, ma non sono sufficienti a restituire, anche in ragione della limitata numerosità del campione, la posizione degli intervistati rispetto all'arte contemporanea. Per una comprensione più

approfondita è necessario considerare le esperienze e le traiettorie culturali emerse dalle interviste indipendenti dall'incontro con gli spazi oggetto della ricerca. La tabella seguente raccoglie, quindi, informazioni relative ai percorsi di formazione, alla socializzazione familiare, alle esperienze artistiche e culturali pregresse, alle pratiche culturali e al rapporto precedentemente sviluppato con l'arte contemporanea; restano per ora escluse le informazioni relative agli specifici spazi espositivi analizzati, che saranno oggetto della successiva analisi delle pratiche di fruizione e della percezione dello spazio:

	Capitale culturale familiare	Capitale culturale istituzionalizzato	Esperienza professionale³¹⁶	Pratica museali³¹⁷	Attaccamento³¹⁸
A1	Basso	Basso	Bassa	Alta	Alto
A2	Medio	Alto	Alta	Alta	Alto
A3	Basso	Basso	Bassa	Media	Alto
A4	Basso	Alto	Bassa	Media	Alto
A5	Basso	Medio	Bassa	Bassa	Basso
P1	Basso	Alto	Alta	Alta	Alto
P2	Medio	Alto	Alta	Alta	Alto
P3	Alto	Medio	Bassa	Media	Alto
P4	Basso	Medio	Alta	Alta	Medio
P5	Basso	Alto	Alta	Media	Alto

Tabella 2: Caratteristiche socio-culturali delle persone intervistate.

Legenda: *Basso* = presenza limitata; *Medio* = presenza intermedia; *Alto* = presenza marcata degli elementi considerati. La classificazione ha carattere qualitativo e non costituisce una misurazione quantitativa.

Al fine di rendere comparabili i profili emersi dalle interviste, le informazioni relative a capitale culturale familiare, capitale culturale istituzionalizzato, esperienza professionale,

³¹⁶ S'intende lo svolgimento, presente o passato, di un'attività lavorativa nell'ambito dell'arte, inteso in senso ampio e non limitato alle arti visive; sono pertanto comprese professioni quali fotografia, cinema, regia, insegnamento e attività analoghe.

³¹⁷ S'intende la visita abituale a musei, gallerie e mostre al di fuori dell'attività professionale.

³¹⁸ S'intende la presenza di una relazione spontanea con l'arte contemporanea, intesa secondo la concezione di Rita Felski (2020), che non presuppone il possesso di competenze o conoscenze specifiche. Sono pertanto considerati anche il coinvolgimento affettivo, il senso di riconoscimento o identificazione suscitato da un'opera e, più in generale, quelle forme di attrazione o significatività personale che prescindono dalla formazione familiare, scolastica o professionale dell'individuo.

pratiche museali e attaccamento sono state ricondotte a tre livelli – basso, medio e alto – sulla base degli elementi emersi dai racconti degli intervistati. La classificazione non intende attribuire un valore quantitativo alle singole variabili, ma costituisce uno strumento analitico volto a sintetizzare e confrontare le diverse configurazioni di capitale e di rapporto con l'arte.

Analizzando la tabella nel suo complesso, il quadro emergente è piuttosto variegato, non restituendo un profilo socio-culturale omogeneo tra gli intervistati ed evidenziando, indipendentemente dal rapporto con le singole realtà espositive prese in esame, la compresenza di differenti configurazioni di capitale culturale e pratiche di fruizione.

Per quanto riguarda il capitale culturale familiare, prevalgono i livelli bassi o medio-bassi. Nella maggior parte dei casi, il rapporto con l'arte non è riconducibile a una trasmissione familiare di interessi. Fa eccezione un caso significativo, nel quale la persona intervistata racconta di essere cresciuta in un ambiente familiare fortemente orientato all'arte e con una madre professionalmente attiva nell'ambito, tanto da favorire, sin dall'infanzia, il contatto dei figli con esperienze culturali di varia tipologia.

Il quadro risulta più articolato con riferimento al capitale culturale istituzionalizzato. Gli intervistati presentano percorsi formativi differenti: accanto a titoli di studio direttamente o indirettamente riconducibili all'ambito artistico e culturale, sono presenti percorsi non specialistici, soggetti ancora impegnati nella formazione e, più in generale, livelli di istruzione non necessariamente orientati verso il settore dell'arte. La familiarità con l'arte non appare pertanto associata a una formazione accademica specifica nel settore.

Una distribuzione altrettanto eterogenea emerge considerando l'esperienza professionale. Il campione presenta una sostanziale compresenza tra soggetti impegnati in ambiti connessi all'arte e alla cultura e soggetti le cui occupazioni risultano non riconducibili a tali settori. Quest'ultima configurazione risulta evidente nei casi relativi ad AKKA Project, nei quali la quasi totalità degli intervistati non presenta un'attività professionale strettamente legata all'ambito artistico.

Le pratiche museali mostrano complessivamente livelli medio-alti di fruizione: la maggior parte degli intervistati dichiara una frequentazione assidua di musei e gallerie. Il dato evidenzia una familiarità con le pratiche di fruizione culturale non dipendente né da un'elevata trasmissione familiare di capitale culturale né dal possesso di una formazione specificamente artistica.

Particolarmente significativo il dato relativo all'attaccamento all'arte contemporanea, che raggiunge livelli elevati in otto casi su dieci. Tale dimensione non si riferisce specificamente al rapporto con i contesti in cui le interviste sono avvenute, ma indica il coinvolgimento generale nei confronti dell'arte contemporanea, inteso come combinazione di riconoscimento affettivo e forme di identificazione³¹⁹. La forte presenza di questo elemento suggerisce che l'interesse per l'arte contemporanea assuma rilevanza anche in assenza di capitale culturale, qualsiasi sia la modalità di acquisizione: livelli bassi non precludono né una frequentazione assidua di musei e gallerie, né un forte coinvolgimento emozionale. L'assenza di una formazione o di un'attività professionale strettamente legata al settore artistico non impedisce lo sviluppo di una relazione significativa con esso e, nei casi esaminati, non ha impedito l'avvio di percorsi professionali orientati verso l'ambito artistico. Più che un'unica configurazione determinata dal background familiare o formativo, ad emergere è una pluralità di traiettorie attraverso le quali gli individui entrano in relazione con l'arte.

3.4 Determinazione sociale, *agency* e spazio nelle pratiche di fruizione

3.4.1 Prospettive di analisi dalle disposizioni individuali alla partecipazione

Dopo aver delineato l'impostazione metodologica della ricerca e le caratteristiche socio-demografiche e socio-culturali degli intervistati, l'analisi si concentrerà sulle pratiche di fruizione emerse dalle interviste. Come già anticipato, si adotterà un approccio *theory-driven*: il materiale empirico verrà interpretato alla luce della letteratura scientifica introdotta nei primi due capitoli, con l'obiettivo di individuare convergenze, scostamenti e possibili articolazioni rispetto ai presupposti teorici.

Il percorso finora sviluppato ha mostrato che la relazione degli individui con l'arte si costruisce attraverso l'intreccio di condizioni sociali, esperienze pregresse e disposizioni individuali, dando luogo a modalità di fruizione differenti a seconda dei soggetti e dei contesti. In Howard Becker, la partecipazione viene ricondotta alla dimensione collettiva dei mondi dell'arte, nei quali produzione e fruizione si realizzano attraverso una pluralità

³¹⁹ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 83.

di soggetti³²⁰. In Pierre Bourdieu, la piena possibilità di fruizione dipende dalla buona quantità di capitale culturale posseduta dal soggetto³²¹.

Richard Peterson e Roger Kern, a partire da un'analisi dei consumi culturali, evidenziano il progressivo indebolimento della corrispondenza esclusiva tra posizione sociale e preferenze culturali, mostrando pratiche più ampie e varietà di repertori³²².

Anche le condizioni socio-demografiche contribuiscono a definire le modalità attraverso cui gli individui si rapportano alla cultura. Come osserva Marco Terraneo, le scelte di consumo sono influenzate da una pluralità di fattori, tra cui genere, età, reddito e occupazione³²³. In una prospettiva maggiormente relazionale, Omar Lizardo sottolinea il ruolo dei legami interpersonali e delle reti sociali nella costruzione delle pratiche culturali; disposizioni individuali e relazioni si influenzano reciprocamente all'interno degli ambienti sociali³²⁴.

Rita Felski invita a considerare l'attaccamento all'arte nella relazione che permette all'individuo di riconoscersi in un'opera, stabilendovi un rapporto affettivo e/o identitario³²⁵. L'esperienza estetica assume significato anche in assenza di una specifica formazione artistica, attraverso forme di coinvolgimento che si sviluppano nell'incontro. Il confronto tra le prospettive teoriche raccolte fornisce le coordinate attraverso cui leggere il materiale empirico: da un lato, capitale culturale, esperienze formative e reti sociali contribuiscono a orientare le pratiche di fruizione; dall'altro, le suddette non si esauriscono nella riproduzione di disposizioni precedentemente acquisite, ma possono articolarsi attraverso forme di riconoscimento.

Altrettanto rilevanti sono gli elementi concernenti lo spazio fisico delle gallerie, considerati nel capitolo precedente. Particolare riguardo va attribuito alla soglia che, collegando l'esterno all'interno o, al contrario, assumendo il ruolo di barriera,

³²⁰ Cfr. H. Becker, *I mondi dell'arte*, Il Mulino, Bologna 2012, p. 2.

³²¹ Cfr. P. Bourdieu, *Forme di Capitale*, Armando Editore, Roma 2016, p. 56.

³²² Cfr. R. Peterson, & R. Kern, "Dallo snob all'onnivoro: le trasformazioni del gusto raffinato", in *Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche*, a cura di M. Santoro e R. Sassatelli, Bologna, Il Mulino 2009, p. 283.

³²³ Cfr. M. Terraneo, "Bourdieu, gli onnivori, i postmoderni e le pratiche culturali" in *Quaderni di Sociologia*, Vol. 54, N. 3, Rosenberg & Sellier, Torino 2010, p. 171.

³²⁴ Cfr. O. Lizardo, "How Cultural Tastes Shape Personal Networks" in *American Sociological Review*, Vol. 71, N. 5, American Sociological Association, Washington D.C. 2006, p. 786.

³²⁵ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 4.

contribuisce a determinare l'ingresso o il mancato attraversamento³²⁶. L'accessibilità è inoltre valutata in base a quanto facilmente il luogo sia raggiungibile e alla relazione tra posizione geografica e sito espositivo³²⁷, nonché secondo gli ostacoli che possono presentarsi ai visitatori – siano essi di natura materiale o informativa –, secondo la classificazione proposta da Pandora, Wong e Polonsky³²⁸. Da considerarsi è inoltre l'impostazione architettonica, già discussa da Melendez, e la misura in cui questa incide sull'esperienza del visitatore³²⁹. Infine, il ruolo dei dispositivi di mediazione, che orientano l'esperienza del visitatore e riducono – ove presenti – eventuali lacune informative³³⁰. Nell'analisi delle interviste si presterà pertanto attenzione alla presenza di tali strumenti e alle modalità con cui i visitatori vi entrano in contatto.

La suddetta indagine verrà inizialmente condotta separando i due casi studio, così da rispettare le differenti condizioni entro cui le pratiche di fruizione prendono forma. AKKA Project e Panorama non costituiscono due spazi espositivi sovrapponibili né per configurazione materiale e spaziale, né per finalità, modalità di relazione con il pubblico e forme di partecipazione proposte. Tali differenze, già illustrate nel corso della trattazione, rendono necessario considerare le esperienze degli intervistati a partire dalle specificità di ciascun contesto.

Una simile distinzione consente di integrare nell'analisi anche la dimensione spaziale affrontata nel secondo capitolo. Se le caratteristiche individuali e le traiettorie sociali contribuiscono a orientare il modo in cui gli individui si accostano all'arte, la fruizione prende concretamente forma all'interno di uno spazio che può condizionarne il significato³³¹. La configurazione materiale del luogo, la sua apertura o chiusura verso

³²⁶ Cfr. D. Mason, & C. McCarthy, “‘The feeling of exclusion’: Young peoples’ perceptions of art galleries” in *Museum Management and Curatorship*, Vol. 21, N. 1 Elsevier Amsterdam 2006, p. 21.

³²⁷ Cfr. K. Pandora, & E. Wong, & M. J. Polonsky, “Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers” in *Marketing intelligence and planning*, Vol. 27, N. 6, Emerald Publishing, Leeds 2009, p. 840.

³²⁸ Ivi, p. 845.

³²⁹ Cfr. O. Melendez, “Social Media and the Power to Effect Change: The Impact of the Digital Landscape on Achieving Equity Within Art Museum Leadership and Visitorship” in *Apollon Undergraduate Journal*, Vol. 9, Fairfield University Press, Fairfield 2019, p. 16.

³³⁰ Cfr. G. Evans, *Cultural Spaces, Production and Consumption*, Routledge, Londra 2024, p. 36.

³³¹ Cfr. L. Harris, “Private View? The Organisational Performance of ‘Privateness’ and ‘Publicness’ at an Art Gallery” in *Cultural Sociology*, Vol. 19, N. 1, SAGE Publications, Londra 2025, p. 27.

l'esterno, gli eventuali dispositivi di mediazione concorrono a definire le condizioni entro cui il rapporto tra individuo, opera e contesto espositivo si sviluppa.

La domanda relativa alla maggiore o minore autonomia del soggetto rispetto alle condizioni sociali pregresse non può essere affrontata considerando esclusivamente le caratteristiche individuali degli intervistati. È necessario osservare il contesto nel quale l'incontro si realizza, interrogandosi sul ruolo svolto dallo spazio espositivo nel mediare tale esperienza: esso può infatti contribuire a riprodurre le distanze sociali, oppure, al contrario, renderle meno vincolanti, favorendo modalità di partecipazione che non dipendono dalle competenze e dalle esperienze pregresse del soggetto.

Per ciascuno dei due casi studio verranno considerate, in relazione alle evidenze emerse dalle interviste, le caratteristiche e le traiettorie degli individui, il ruolo delle reti relazionali e le modalità di esperienza dello spazio – nonché, ove possibile, il rapporto con le opere. Cosa spinge un individuo a entrare in galleria? Una volta entrato, che cosa determina la costruzione di una relazione con le opere e il contesto? È precisamente nell'interazione tra condizioni sociali pregresse, reti relazionali, configurazione dello spazio ed esperienza individuale che si cercherà di individuare il margine entro cui determinazione sociale e *agency* si articolano.

3.4.2 Evidenze empiriche nell'esperienza di AKKA Project

Come emerge dalle Tabelle 1 e 2, il campione di AKKA Project presenta profili socio-culturali eterogenei: accanto a soggetti adulti, caratterizzati da un capitale culturale più elevato e da una relazione professionale con l'arte, sono presenti giovani intervistati privi di una formazione o di un'attività lavorativa riconducibile al settore artistico. Anche le esperienze di socializzazione familiare e le pratiche culturali pregresse risultano differenziate, mentre l'attaccamento all'arte contemporanea si mantiene complessivamente elevato. Il quadro delineato nei paragrafi precedenti costituisce pertanto il punto di partenza per osservare come tali differenze si traducano concretamente nelle modalità di accesso e di permanenza nello spazio.

Prima di analizzare nel dettaglio le esperienze dei visitatori, è utile esplicitare la struttura della traccia utilizzata per le interviste. Le domande sono state organizzate attorno a diverse dimensioni concernenti la visita: la prima parte era volta a ricostruire le circostanze dell'ingresso e le motivazioni della visita, distinguendo tra un accesso

intenzionale o uno più casuale; questa dimensione si collega alla frequenza con cui l'intervistato dichiara di visitare le gallerie, utile a rilevare il grado di familiarità e di legittimazione percepita rispetto a questo tipo di ambiente. La seconda parte riguardava la percezione dello spazio e dell'atmosfera della galleria, attraverso una domanda volta a far emergere le sensazioni suscitate dall'ambiente e gli elementi materiali cui tali percezioni venivano ricondotte. Nella terza parte i quesiti si concentravano sul rapporto con le opere: veniva indagata la percezione della necessità di mediazione e spiegazione per la loro fruizione, così come la capacità del visitatore di individuare un elemento materiale particolarmente significativo e motivarne l'interesse; questa dimensione consente di osservare il coinvolgimento personale e affettivo nei confronti dell'esperienza artistica. Le domande conclusive, di carattere demografico, hanno permesso di contestualizzare le risposte all'interno dei profili socio-culturali ricostruiti nelle Tabelle 1 e 2. La traccia completa dell'intervista è riportata in Appendice A.

Passando alle interviste vere e proprie, il primo elemento da considerare è la traiettoria tramite cui i visitatori giungono allo spazio. Il peso delle disposizioni pregresse appare variabile: in alcuni casi (A1 e A2), l'ingresso nella galleria si colloca all'interno di un rapporto con l'arte già consolidato o di una familiarità acquisita nel tempo; in altri (A3, A4 e A5), la visita deriva da circostanze contingenti e incontri casuali.

Significativo è il caso di A1. L'intervistato non possiede un titolo di studio inerente né capitale culturale familiare e istituzionalizzato riconducibile a una formazione specialistica. La sua relazione con l'arte, tuttavia, è tutt'altro che marginale. L'intervistato racconta una frequentazione assidua di musei e gallerie di diversa tipologia e parla di un rapporto intimo: non si tratta di una pratica condivisa o discussa con una rete sociale, ma di un interesse tanto consolidato quanto protetto.

È l'interesse per l'arte africana a motivare la ricerca di AKKA Project: la prima visita avviene diversi anni fa, durante il periodo della Biennale di Venezia, quando l'intervistato si informa autonomamente su quali spazi possano soddisfare la specifica richiesta culturale. In *La distinzione. Critica sociale del gusto* (2001), Bourdieu sottolinea che, nell'infante, la socializzazione in famiglia – qualora questa sia provvista di ampio capitale culturale – può essere interamente considerata tempo di accumulazione di capitale essa

stessa³³². Nel caso di A1, tale arricchimento assume una traiettoria differente, giacché il capitale è stato accumulato tramite l'esposizione autonoma reiterata alle pratiche artistiche. La frequentazione sistematica di mostre e gallerie produce nel tempo una familiarità con l'arte che, pur non essendo originariamente posseduta, viene incorporata in età avanzata.

Ciò consente di problematizzare il concetto bourdieusiano di *habitus*. L'esperienza dell'intervistato suggerisce che le condizioni di esistenza di un bambino non siano sufficienti a predeterminare il sistema di disposizioni tramite cui osserverà e interpreterà il mondo. Ciò non elimina il peso delle condizioni sociali di partenza, ma introduce una componente dinamica e meno predeterminata nella formazione degli schemi percettivi.

Lo stesso caso mette inoltre in discussione l'idea, ricorrente negli scritti del sociologo francese, secondo cui le pratiche culturali tenderebbero a organizzarsi coerentemente nei diversi ambiti della vita sociale³³³. Da questo punto di vista, l'esperienza di A1 mostra una configurazione non lineare: una biografia professionale priva di prossimità con il campo artistico convive con la pratica di frequentazione assidua delle istituzioni culturali. Ritorna Marco Terraneo, secondo cui la spiegazione dei consumi culturali debba considerare diversi fattori demografici e sociali, non soltanto la variabile occupazionale³³⁴.

Un ulteriore elemento che emerge dall'intervista riguarda il modo in cui egli concepisce l'arte contemporanea e l'esperienza che, di essa, è possibile fare. A1 afferma che in essa non vi è qualcosa da intendere in senso univoco: egli vive l'opera tramite le sensazioni che questa gli trasmette, risultando al tempo stesso molto incuriosito dalle spiegazioni della mediatrice. L'*attunement*, risposta affettiva e sensibile all'opera, prevale sull'*interpreting*, attività di decodificazione intellettuale dei significati³³⁵.

L'attaccamento all'arte e la pratica culturale risultano strettamente connessi: l'emozione non costituisce una semplice alternativa al possesso di conoscenze, è il risultato di una familiarità acquisita attraverso l'esperienza diretta, cauta ma non meno viscerale. Il caso

³³² Cfr. P. Bourdieu, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna 2001, p. 62.

³³³ Ivi, p. 178.

³³⁴ Cfr. M. Terraneo, "Bourdieu, gli onnivori, i postmoderni e le pratiche culturali" in *Quaderni di Sociologia*, Vol. 54, N. 3, Rosenberg & Sellier, Torino 2010, p. 171.

³³⁵ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 24.

di A1 mostra la difficoltà di separare nettamente variabile sociale e *agency*. Da un lato, il visitatore esercita una scelta personale e sviluppa autonomamente un interesse che non appare direttamente riconducibile alla propria formazione istituzionale o professionale; dall'altro, tale capacità di scelta si costruisce attraverso pratiche culturali ripetute, che nel tempo rafforzano la vicinanza.

Lo spazio, rintracciato dal soggetto per la sua specificità, non crea la disposizione iniziale, la conferma e alimenta, trasformando un interesse pregresso in un'esperienza concreta, anzi annualmente ripetuta. Per di più, il rapporto con la galleria assume una dimensione politica: la scelta di tornare in uno spazio dedicato ad artisti e artiste africani è collegata alla convinzione dell'intervistato che la loro cultura sia stata a lungo invisibilizzata. La frequentazione della galleria diventa una forma di adesione a una determinata visione del mondo, produce "attaccamento politico"³³⁶.

Un profilo altrettanto interessante è quello di A2, in cui la familiarità con l'arte appare strettamente intrecciata al percorso formativo e professionale. L'intervistato svolge un'attività lavorativa nell'ambito della conservazione e del restauro dei beni culturali, oltre a essere impegnato in attività di insegnamento. In questo caso, il rapporto con l'arte non si costituisce a partire da un'esperienza ripetuta in galleria, la precede e ne condiziona in modo evidente le modalità di accesso e di fruizione. In maniera diametralmente opposta al caso precedente, questo sembra confermare la prospettiva di Bourdieu secondo cui le pratiche culturali non possono essere considerate come scelte isolate, ma risultano orientate da disposizioni incorporate attraverso i percorsi di formazione e socializzazione familiare. La sua decisione di entrare nella galleria è legata proprio alla configurazione spaziale e alla sua collocazione urbana. Descrive AKKA come uno «spazio deliziosamente insolito», situato al di fuori dei principali flussi turistici, sottolineando come, per raggiungerlo, sia necessario sapere dove andare o, al contrario, abbandonarsi e vagare. Per l'intervistato, la soglia non costituisce una barriera. La competenza maturata nel campo della conservazione porta A2 a rivolgere spontaneamente l'attenzione non soltanto alle opere, ma anche alla configurazione materiale dell'edificio: i soffitti originali, le finestre e la vista sul canale diventano elementi centrali nella costruzione della sua esperienza dello spazio. In termini di *affordance*, la sensibilità verso gli elementi

³³⁶ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 5.

architettonici dell'edificio deve essere ricondotta alla sua formazione e all'esperienza professionale: le caratteristiche materiali dello spazio acquistano significato attraverso il patrimonio di competenze già posseduto dal visitatore³³⁷.

Anche la fruizione delle opere conferma questa disposizione. A2 mostra particolare interesse per la relazione tra le pratiche artistiche africane e il contesto veneziano, soffermandosi sui dipinti che rappresentano Venezia attraverso modalità stilistiche tipiche di altre culture. La sua attenzione si concentra dunque sulle connessioni culturali e sui processi di contaminazione tra contesti differenti. Tale modalità di lettura risulta coerente con un repertorio culturale ampio e diversificato, maturato attraverso esperienze formative e professionali distribuite in differenti contesti geografici e culturali. Il caso di A2 può essere accostato alla prospettiva di Peterson e Kern, secondo cui la competenza culturale contemporanea tende a non esaurirsi nella familiarità con un unico ambito, ma può manifestarsi nella capacità di attraversare e mettere in relazione repertori culturali differenti³³⁸. A2 rappresenta il caso nel quale l'*agency* individuale – caratterizzata da un attaccamento innato nei confronti dell'arte – non basta a spiegare l'ingresso in galleria. Piuttosto, tale scelta diventa comprensibile considerando il suo percorso formativo e professionale; in altre parole, appare più socialmente condizionato.

A3 introduce una configurazione ancora diversa, nella quale l'ingresso nella galleria non deriva né da una pratica culturale consolidata né dal capitale culturale posseduto. L'intervistata racconta di aver incontrato casualmente l'artista e di aver iniziato con lui una conversazione, avendo egli riconosciuto nella ragazza tratti somatici etiopi. Tale occasione sociale produce curiosità e conduce all'informazione relativa alla mostra in corso presso AKKA Project, fino a tradursi nell'ingresso nello spazio. La rete sociale, in questo caso, attiva la motivazione della visita.

La dinamica assume un significato ulteriore proprio perché l'artista incontrato presenta origini che entrano in risonanza con quelle di A3, e l'informazione sulla mostra viene trasformata in una possibilità di riconoscimento. L'interesse non nasce da una familiarità pregressa con le gallerie, che la giovane intervistata dichiara di frequentare poco, ma da

³³⁷ Cfr. J. J. Gibson, *L'approccio ecologico alla percezione visiva*, a cura di V. Santarcangelo, Mimesis, Milano 2014.

³³⁸ Cfr. R. Peterson, & R. Kern, "Dallo snob all'onnivoro: le trasformazioni del gusto raffinato", in *Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche*, a cura di M. Santoro e R. Sassatelli, Bologna, Il Mulino 2009, p. 283.

un incontro contingente che rende significativa l'esperienza proposta dallo spazio. La rete sociale agisce come una porta di accesso, senza dover seguire un modello unidirezionale nel quale il capitale sociale trasmette gusti precostituiti. Come osserva Omar Lizardo, reti sociali e gusti culturali possono essere concepiti come elementi co-determinanti: se storicamente le reti hanno costituito un'importante infrastruttura di trasmissione culturale, la loro natura dinamica permette anche ai gusti e alle pratiche culturali di contribuire alla costruzione, all'attivazione e al mantenimento dei legami sociali³³⁹. Nel caso in esame, l'incontro con l'artista genera una nuova curiosità culturale e, al tempo stesso, modifica la relazione dell'intervistata con il mondo dell'arte, inducendola a dichiarare l'intenzione futura di frequentare maggiormente mostre e gallerie.

Significativa è la descrizione della soglia. La ricerca di David Mason e Conal McCarthy mostra come gli spazi espositivi possano essere considerati – specialmente tra i più giovani – come luoghi silenziosi, formali e poco dinamici, associati a un pubblico fin troppo sofisticato e di età più avanzata³⁴⁰. Tale immagine contribuisce a produrre un senso di estraneità e può scoraggiare l'ingresso. Nel campione di AKKA, tre dei cinque intervistati appartengono alle fasce più giovani e il loro rapporto con lo spazio permette quindi di verificare empiricamente, seppure su scala circoscritta, quanto questa percezione debba essere confermata o smentita.

Nel caso di A3, il primo contatto con la galleria produce un effetto opposto rispetto alla *threshold fear*³⁴¹. Dopo il riconoscimento dell'ingresso, il corridoio colorato contribuisce a una sensazione di accoglienza. L'intervistata afferma che un ambiente interamente bianco le sarebbe apparso più austero e meno accessibile. La successione attraverso cui descrive l'ingresso – il manifesto, il colore e, solo dopo, le opere – è analiticamente significativa, giacché dimostra ancora una volta che l'esperienza dell'arte non comincia davanti all'opera, ma già nel momento in cui il visitatore entra in contatto con lo spazio.

³³⁹ Cfr. O. Lizardo, "How Cultural Tastes Shape Personal Networks" in *American Sociological Review*, Vol. 71, N. 5, American Sociological Association, Washington D.C. 2006, p. 791.

³⁴⁰ Cfr. D. Mason, & C. McCarthy, "'The feeling of exclusion': Young peoples' perceptions of art galleries" in *Museum Management and Curatorship*, Vol. 21, N. 1 Elsevier Amsterdam 2006, p. 21.

³⁴¹ Ibid.

Alla luce del concetto gibsoniano di *affordance*³⁴², i colori all'ingresso introducono una possibilità percettivo-emotiva che può orientare il modo in cui lo spazio viene affrontato. La configurazione materiale dell'ambiente contribuisce a rendere possibile una determinata risposta.

La stessa logica emerge nel rapporto dell'intervistata con le opere. La varietà delle nazionalità degli artisti africani e la compresenza di differenti linguaggi e tecniche – dalla pittura alla scultura, dagli oli su tela ai carboncini – vengono interpretate tramite categorie personali. L'apparente eterogeneità della proposta espositiva viene letta come una forma di apertura e “fuori dagli schemi”, producendo un ulteriore avvicinamento.

Un elemento centrale dell'intervista è il rapporto tra lettura personale e mediazione. A3 racconta di aver elaborato inizialmente una propria interpretazione delle opere e di aver successivamente ricevuto ulteriori spiegazioni dalla manager della galleria. Queste informazioni si sono aggiunte alla lettura iniziale, senza sostituirla. L'esperienza si arricchisce attraverso la sovrapposizione di più livelli. Tale dinamica conferma la centralità della mediazione elaborata negli approcci proposti da Antoine Hennion e Bruno Latour: il significato emerge attraverso una rete di relazioni e di passaggi nei quali l'azione viene trasformata, eliminando la dicotomia tra soggetto competente e visitatore passivo³⁴³. Il *detour* permette di leggere proprio questa deviazione: il significato non arriva al visitatore in forma immutata, ma viene trasformato passando da un dispositivo di mediazione all'altro³⁴⁴. Nel caso osservato, la prima interpretazione elaborata autonomamente dalla visitatrice costituisce già l'evidenza della relazione con l'opera; la spiegazione successiva si innesta su di essa, producendo una nuova configurazione interpretativa. L'esperienza dello spazio contribuisce anche alla dimensione emotiva della visita. A3 descrive la galleria come un luogo capace di rilassarla. Il dato suggerisce l'elemento partecipativo del contesto nella costruzione dell'esperienza³⁴⁵.

³⁴² Cfr. J. J. Gibson, *L'approccio ecologico alla percezione visiva*, a cura di V. Santarcangelo, Mimesis, Milano 2014.

³⁴³ Cfr. A. Hennion, “Pragmatics of Taste” in Jacobs Mark, & Hanrahan Nancy *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture*, Oxford, Blackwell 2005, p. 132.

³⁴⁴ Cfr. B. Latour, “On Technical Mediation – Philosophy, Sociology, Genealogy” in *Common Knowledge*, Vol. 3, N. 2, Duke University Press, Durham 1994, p. 40.

³⁴⁵ Cfr. L. Harris, “Private View? The Organisational Performance of ‘Privateness’ and ‘Publicness’ at an Art Gallery” in *Cultural Sociology*, Vol. 19, N. 1, SAGE Publications, Londra 2025, p. 26.

Una configurazione ulteriore emerge dalle interviste ad A4 e A5, una coppia di giovani turisti inglesi. L'accesso alla galleria deriva – come per il caso di A3 – da una situazione sociale contingente: i due incontrano alcuni frequentatori in un bar, instaurano una conversazione e ricevono da loro il suggerimento di visitare la mostra. La rete sociale costituisce nuovamente una porta d'accesso allo spazio.

La dinamica può essere descritta come una sequenza nella quale l'incontro sociale produce un'informazione, l'informazione genera curiosità e la curiosità rende possibile il superamento della soglia. Questo risulta particolarmente evidente nel racconto di A5, che dichiara di aver visitato pochissime gallerie nel corso della propria vita, nonché di essere circondato da amici altrettanto disinteressati all'arte. L'opportunità si presenta nel momento concreto dell'esperienza. A5 osserva che lo spazio non funziona come una barriera, ma come un dispositivo di attrazione e scoperta. La strada tranquilla, l'accesso discreto e la possibilità di intravedere dall'esterno il corridoio colorato – oramai elemento ricorrente nelle testimonianze raccolte – contribuiscono a trasformare l'esitazione iniziale in ingresso. Ancora una volta, la soglia non viene superata soltanto grazie alla motivazione interna del soggetto: è l'interazione tra la sollecitazione sociale e la configurazione materiale dello spazio a rendere possibile l'azione.

Come osservano Pandora, Wong e Polonsky, gli individui non valutano soltanto la possibilità materiale di accedere a un luogo culturale, ma anche l'esperienza che immaginano di trovare al suo interno³⁴⁶. La percezione di un'offerta troppo seria, intellettuale o poco interessante può ridurre la motivazione, così come il timore di non possedere gli strumenti necessari per comprendere l'arte può trasformarsi in una barriera simbolica³⁴⁷. La percezione di uno spazio intellettuale ma accessibile, chiaro nei suoi scopi ma spontaneo nell'apparenza, elimina il timore di non possedere i codici sufficienti per fruire liberamente dell'offerta artistica³⁴⁸.

A4 e A5 riferiscono di non aver avuto bisogno di possedere preliminarmente informazioni specifiche per godere dell'esperienza. Al contrario, il contatto sociale e gli elementi

³⁴⁶ Cfr. K. Pandora, & E. Wong, & M. J. Polonsky, "Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 27, N. 6, Emerald Publishing, Leeds 2009, p. 840.

³⁴⁷ Ibid.

³⁴⁸ Ibid.

visibili dall'esterno rendono lo spazio sufficientemente accessibile da consentire il passaggio dalla curiosità all'azione. Ciò non significa che la soglia scompaia, piuttosto viene resa meno intimidatoria. All'interno di AKKA Project, gli elementi della configurazione architettonica riducono la distanza simbolica tra visitatore e spazio. A4 e A5 confermano questo dato descrivendone l'atmosfera interna. Entrambi percepiscono una sensazione di tranquillità, e A4 apprezza che i diversi ambienti producano sensazioni altrettanto differenti; afferma di essersi sentita profondamente connessa a qualcosa che non conosceva, anche prima di ricevere l'interpretazione dell'artista. L'esperienza richiama nuovamente il concetto di *attunement*: il rapporto con l'opera si sviluppa attraverso una risposta sensibile e personale, non necessariamente mediata da una conoscenza preliminare del suo significato. Osservando una delle sculture esposte, l'intervistata arriva persino a immaginare l'artista nel momento della sua creazione, dimostrando una componente fortemente empatica con l'oggetto. Anche in questo caso, la mediazione opera come aggiunta piuttosto che come sostituzione dell'interpretazione individuale. Il visitatore non rinuncia alla propria lettura per adottare quella istituzionale; piuttosto, mette in relazione la propria esperienza con le informazioni ricevute.

A5 presenta invece una relazione inizialmente più incerta con le opere, coerente con una limitata esperienza e, soprattutto, un basso attaccamento emotivo. L'intervistato individua nelle sculture i pezzi d'arte più difficili da comprendere e riconosce nelle spiegazioni ricevute uno strumento utile per avvicinarvisi. Qui emerge con maggiore evidenza il ruolo della mediazione come dispositivo capace di compensare, almeno parzialmente, una familiarità – culturale o emozionale – meno consolidata.

Anche i percorsi biografici di A4 e A5 rafforzano questa differenza. A4 ha studiato musica e psicologia e, pur lavorando oggi in un settore privato estraneo all'arte, presenta un capitale culturale trasversale, maturato attraverso esperienze formative variegate; al contrario, l'esperienza di A5 appare meno sostenuta da una "disposizione" preesistente. Eppure, l'incontro sociale e la configurazione dello spazio riescono a produrre una forma di apertura, se non altro nei confronti della spiegazione della manager della galleria.

L'osservazione diretta condotta durante le visite permette di aggiungere un ulteriore livello di analisi. Gli individui presentavano atteggiamenti complessivamente simili, con alcune differenze legate all'età, riconoscibili nelle modalità di attraversamento dello spazio: i visitatori più anziani tendevano a muoversi maggiormente lungo i muri e a

mantenersi più vicini alle opere; i più giovani, almeno nella fase iniziale della visita, rimanevano nella parte centrale della galleria. Questa divergenza può essere letta alla luce degli studi già richiamati nelle pagine precedenti, che hanno evidenziato come gallerie e musei siano frequentemente associati, nell'immaginario comune giovanile, a spazi formali e, per questo, meritevoli di particolare riguardo.

Un'ulteriore differenza riguarda la propensione all'interazione con il personale. A1 e A2, maggiormente familiari con il mondo dell'arte, sono risultati più loquaci e hanno rivolto diverse domande. I visitatori più giovani, al contrario, sono apparsi più intimiditi e meno curiosi. Questo dato osservativo introduce una differenziazione che non coincide con il semplice possesso di capitale culturale, ma sembra nuovamente articolarsi in relazione all'età e alla familiarità con il tipo di spazio, per cui si rimanda al contributo di Marco Terraneo (2010).

L'uso dei dispositivi personali presenta una sostanziale uniformità: tutti i visitatori disponevano di uno *smartphone*, ma nessuno ha fotografato le opere né ha chiesto se fosse possibile farlo. A1 costituiva l'unica eccezione dal punto di vista della strumentazione, poiché aveva con sé una macchina fotografica professionale, elemento coerente con il suo dichiarato interesse per la fotografia e potenzialmente riconducibile alla più ampia articolazione del suo repertorio culturale.

Nel complesso, l'osservazione sembra confermare, ma allo stesso tempo complicare, quanto emerso dalle interviste. Le caratteristiche individuali continuano a incidere sulle modalità attraverso cui lo spazio viene percepito e abitato, ma non determinano in maniera rigida l'esperienza. A1 e A2 mostrano come una forte familiarità con l'arte si traduca in maggiore sicurezza e interazione con il personale; A3, A4 e A5 dimostrano invece che un rapporto meno consolidato con le gallerie non impedisce l'ingresso né la costruzione di una relazione significativa con le opere.

Questa dinamica richiama la riflessione di Sarah Harvey Richardson sulla natura dello spazio espositivo. La distinzione tra spazio euclideo, discorsivo e piegato supera l'associazione consueta tra galleria e contenitore fisico delle opere d'arte, introducendo una dinamica fatta di relazioni e possibilità di azione³⁴⁹. Nel caso di AKKA, il corridoio

³⁴⁹ Cfr. S. Harvey Richardson, "The Art Gallery and its Audience: Reflecting on Scale and Spatiality in Practice and Theory", *Museum & Society*, Vol. 16, N. 2, University of Leicester Press, Leicester 2018, p. 202.

colorato, la visibilità parziale degli ambienti dall'esterno e la relativa discrezione dell'ingresso costituiscono gli elementi materiali che modificano la relazione del visitatore con la soglia.

3.4.3 Evidenze empiriche nell'esperienza di Panorama

Questo secondo caso studio consente di osservare la natura relazionale delle pratiche di fruizione a partire da una configurazione spaziale e partecipativa molto differente rispetto al primo. Le interviste ai frequentatori di Panorama permettono di considerare il rapporto con lo spazio attraverso la continuità della frequentazione e il coinvolgimento diretto nelle attività. La prossimità spaziale e le forme di partecipazione costituiscono fattori determinanti nella trasformazione della visita in una pratica ricorrente.

Le domande poste ai visitatori di Panorama presentavano un'ossatura comune rispetto a quelle rivolte ai visitatori di AKKA Project. Tale similitudine era finalizzata a garantire la comparabilità dei dati raccolti; tuttavia, le differenze strutturali e relazionali tra le due realtà hanno comportato un leggero adattamento delle tracce alle specificità dei rispettivi contesti. Data l'importanza attribuita al legame con un pubblico fidelizzato, la prima parte della traccia era volta a ricostruire le modalità attraverso cui gli intervistati avevano conosciuto e iniziato a frequentare Panorama. La seconda riguardava la percezione del luogo e della sua atmosfera, con domande orientate a far emergere il modo in cui gli intervistati descrivono l'ambiente e gli aspetti che, secondo loro, lo distinguono da una galleria più tradizionale. La terza parte si concentrava sulle modalità di fruizione e sul rapporto con le attività svolte e le opere presentate, indagando il grado di coinvolgimento dell'intervistato; particolare attenzione è stata rivolta al senso di appartenenza allo spazio. Le domande conclusive erano orientate a ricostruire il percorso di studi, le esperienze professionali e il rapporto pregresso con l'arte contemporanea, nonché funzionali all'individuazione dei profili socio-culturali poi ricostruiti nelle Tabelle 1 e 2. La traccia completa dell'intervista è riportata in Appendice B.

L'accesso non si esaurisce nel momento in cui si varca la soglia: una volta instaurato il rapporto con Panorama, la frequentazione può trasformarsi in una pratica autonoma, ricorrente e partecipativa. La relazione tra soggetto e spazio non è unidirezionale, ma assume piuttosto una forma circolare: le disposizioni pregresse orientano l'esperienza

dello spazio, mentre la presenza assidua contribuisce a sua volta a consolidare e ampliare tali disposizioni.

Questa dinamica emerge a partire dall'esperienza di P1, il cui primo accesso a Panorama è stato favorito dalla sovrapposizione di due condizioni: l'amicizia con una delle organizzatrici e la prossimità fisica dello spazio alla propria abitazione. L'ingresso iniziale è l'esito di una ricerca completamente autonoma; tuttavia, la successiva frequentazione non può essere ricondotta esclusivamente a tali condizioni. P1 dichiara di continuare a recarsi presso Panorama per l'interesse suscitato dai suoi progetti, suggerendo che il rapporto personale da solo, pur avendo facilitato l'accesso, non sarebbe stato sufficiente a garantire una continuità. Alla mediazione data dalla rete subentra progressivamente una forma di adesione autonoma al progetto.

A segnare una differenza rispetto alla frequentazione di una galleria tradizionale è il costante riferimento alla comunità. L'ambiente sociale produce relazioni che si estendono al di fuori degli appuntamenti espositivi, associando la frequentazione della galleria a una dimensione di appartenenza, il riconoscersi in un ambiente culturale comune.

Le ridotte dimensioni dell'ambiente interno e l'affaccio diretto delle vetrate sul campiello fanno sì che una parte significativa delle attività possa estendersi: le opere sono visibili, le persone si soffermano nello spazio pubblico antistante, talk e laboratori prendono forma all'aria aperta. Da apparente limite fisico, la superficie si estende; la soglia, anziché operare come dispositivo di separazione tra interno ed esterno, diviene un punto di interazione, il dispositivo di mediazione più efficace.

La traiettoria dell'intervistato evidenzia un interessante processo di mobilità culturale: a fronte di un contesto familiare in cui l'interesse per l'arte non veniva trasmesso per via ereditaria, è l'esperienza scolastica a svolgere un ruolo propulsivo nella nascita del legame. Quest'ultimo si è ulteriormente intensificato nella professione di fotografo, consentendogli negli anni di accumulare sia capitale culturale istituzionalizzato sia un cospicuo capitale sociale nel settore. L'elemento più interessante emerge quando, interrogato sul proprio ruolo di fruitore di mostre, l'intervistato dichiara senza esitazione di osservare come uno spettatore anziché come un professionista. Tale affermazione è sociologicamente significativa. Essa dimostra che, sebbene l'istruzione e la pratica lavorativa abbiano affinato le sue competenze e interiorizzato una *routine* culturale caratterizzata da frequenti visite, il suo sguardo non si riduce a una deformazione

professionale o a un esercizio di decifrazione analitica; al contrario, la sua disposizione incarna quel processo di interpretazione inteso come relazione riflessiva, che costituisce il modo principale con cui il suo sguardo si sintonizza e si lega all'arte³⁵⁰. Tale affermazione va considerata con cautela, giacché la possibilità di assumere una posizione non professionale appare, per individuo del settore, difficile da mettere in pratica. È invece plausibile che le sue competenze continuino ad orientare, anche implicitamente, il suo modo di rapportarsi all'opera. La dichiarazione appare significativa perché evidenzia la distinzione che lo stesso intervistato opera tra il proprio ruolo professionale e la posizione che assume soggettivamente durante la visita. Il suo rapporto con l'arte può essere letto come una negoziazione tra competenze interiorizzate e una disposizione alla fruizione che egli descrive nei termini di uno sguardo da spettatore.

Un quadro opposto emerge nell'esperienza di P2, dove il confine tra identità personale e pratica professionale sfuma del tutto. L'intervistato si lega alla realtà di Panorama fin dai suoi esordi, prendendo parte attiva alla sua stessa fondazione. La sua esperienza non si riduce all'ingresso in un luogo già dato, poiché la relazione con lo spazio ne precede la stessa configurazione fisica. P2 è un regista che vanta un legame profondo con Panorama, spazio con il quale ha collaborato e collabora tuttora. Alla luce di questa continuità, la frequentazione dello spazio non può essere interpretata come l'esperienza disinteressata di uno osservatore. Al contrario, il suo rapporto si iscrive in una precisa dinamica di riproduzione del capitale sociale. Panorama si configura come uno spazio di lavoro espanso: un luogo in cui il confine tra sociabilità, conversazione d'arte e opportunità progettuale si fa del tutto poroso, e dove frequentazione e professione si uniscono.

L'importanza della configurazione materiale nella costruzione dell'esperienza emerge anche in questa seconda intervista. La specificità di Panorama viene ricondotta all'impossibilità di essere trasferita altrove senza perdere parte del proprio significato. La relazione tra spazio interno, architettura, campiello e tessuto urbano costituisce una componente essenziale; le vetrate, in particolare, non sono percepite come una barriera impermeabile, ma come un dispositivo attraverso cui l'esterno penetra, visivamente e socialmente.

³⁵⁰ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 150.

Il caso di P3 introduce una traiettoria nella quale la mediazione familiare assume una duplice funzione. Il primo accesso a Panorama avviene attraverso la sorella, che svolge un tirocinio presso lo spazio e lo invita agli eventi. La relazione familiare costituisce il ponte verso un ambiente precedentemente estraneo. Come nel primo caso, la mediazione sociale non determina automaticamente la prosecuzione della frequentazione: dopo il primo contatto, P3 continua a recarsi a Panorama per interesse personale. Il capitale sociale agisce come condizione di accesso, ma non esaurisce la spiegazione della pratica successiva.

L'arte è una presenza costante nel suo percorso di crescita: la madre è professionalmente legata all'ambito artistico, le gite in gallerie e musei sono frequenti, il capitale culturale familiare apre le porte a quello istituzionalizzato, tant'è che sia l'intervistato che la sorella intraprendono percorsi universitari inerenti. La disposizione acquisita attraverso la socializzazione familiare viene rielaborata individualmente, e P3 dichiara un forte interesse per la moda e il design, mostrando al contempo – pur a fronte della giovane età – un lessico artistico puntuale e calzante.

Questa articolazione di competenze e inclinazioni trova un corrispettivo nella configurazione stessa di Panorama, uno spazio capace di intercettare forme espressive differenti all'interno del perimetro contemporaneo, e permette di ascrivere P3 alla categoria di onnivoro culturale, seguendo la più recente teorizzazione di Richard Peterson³⁵¹.

Al pari degli altri intervistati, infine, anche lui insiste sul carattere comunitario di Panorama, evidenziandone la netta discontinuità rispetto a una galleria tradizionale. Ai suoi occhi, lo spazio non si limita a esporre opere, ma si configura come un dispositivo relazionale capace di generare dialogo e confronto intorno all'arte in maniera più sistematica, trasformando la fruizione in esperienza collettiva e partecipativa.

L'attenzione di P3 per la molteplicità dei linguaggi artistici trova un'ideale prosecuzione nella quarta intervistata, il cui sguardo permette di approfondire ulteriormente il legame fra la struttura dell'offerta e la composizione dei pubblici.

³⁵¹ Cfr. R. Peterson, "Problems in Comparative research: The example of omnivorousness" in *Poetics*, Vol. 33, N. 5, Elsevier, Amsterdam 2005, p. 262.

Anche nel caso di P4, il rapporto con Panorama si innesta su conoscenze pregresse, oltre che sulle risorse culturali precedentemente accumulate. L'interesse per l'arte risale, come nel caso di P2, ai tempi della scuola, ed è stato poi accresciuto da un percorso universitario attinente. È dunque un capitale culturale istituzionalizzato a introdurre e sostenere la pratica museale; Panorama non crea *ex novo* l'inclinazione, ma si inserisce in una traiettoria pregressa, fornendo un nuovo contesto di esperienza e partecipazione.

P4 lo interpreta come un ambiente caratterizzato da una marcata interdisciplinarietà, nel quale l'esposizione convive con tavole rotonde, performance, e attività rivolte alla cittadinanza, a cui più di tutte è legata. Ne deriva una concezione del pubblico non associabile alla figura del semplice visitatore. Lo spazio coinvolge soggetti partecipanti per ragioni differenti e che entrano in relazione con le attività artistiche spesso apportandovi il proprio contributo. La pluralità delle pratiche amplia la pluralità dei pubblici.

P4 distingue Panorama dalle gallerie tradizionali definendoli "target distinti". La principale differenza risiede nelle finalità: Panorama è maggiormente orientato alla divulgazione e al sostegno degli artisti emergenti, le seconde vengono associate alla vendita e alle leggi di mercato, coerentemente con i due modelli, autonomo ed eteronomo, tracciati da Pierre Bourdieu³⁵². Tuttavia, le due posizioni non sono necessariamente incompatibili: chi acquista può essere interessato alla divulgazione e chi frequenta uno spazio prevalentemente per ragioni culturali può, nel tempo, sviluppare un interesse nell'acquisto. La distinzione tra i due pubblici appare meno netta di quanto si potrebbe suggerire, confermando che nella galleria, qualsiasi sia la sua specificità, le dimensioni pubblica e privata sono negoziate nelle pratiche di partecipazione³⁵³.

Il caso di P5 rende evidente il ruolo delle reti relazionali. L'intervistata conosce lo spazio sin dall'apertura grazie ai rapporti personali con i fondatori e altri membri del gruppo. Come nei casi precedenti, la sua posizione non è quella di una semplice visitatrice che entra occasionalmente in contatto con lo spazio. La frequentazione diventa partecipazione

³⁵² Cfr. Bourdieu Pierre, *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Il Saggiatore, Milano 2005, p. 207.

³⁵³ Cfr. L. Harris, "Private View? The Organisational Performance of 'Privateness' and 'Publicness' at an Art Gallery" in *Cultural Sociology*, Vol. 19, N. 1, SAGE Publications, Londra 2025, p. 23.

e appartenenza: P5 si definisce parte di una comunità e interpreta Panorama come una rete di persone e progetti, al di là della stretta produzione artistica.

Riconosce nel modo di operare di Panorama una concezione dell'arte vicina alle proprie disposizioni: discussione, confronto, riduzione delle gerarchie. La dimensione partecipativa dello spazio viene percepita coerentemente con il modo di intendere l'esperienza artistica. Si produce una corrispondenza tra le disposizioni del soggetto e quelle incorporate nelle pratiche spaziali. L'attrazione verso Panorama non deriva soltanto dalla relazione personale con chi lo organizza, ma anche dalla possibilità di riconoscere nel progetto una modalità di vivere l'arte che il soggetto considera affine alla propria. Un simile rapporto va nuovamente letto alla luce dell'*interpreting*, per cui l'esperienza artistica diventa un processo di attivazione di affinità³⁵⁴.

Nel racconto di P5, la mediazione assume una forma interpersonale. L'accessibilità dello spazio viene associata alla disponibilità del personale, alla possibilità di porre domande nonché a quella di ricevere spiegazioni in un contesto non gerarchico. La comprensione dell'arte non dipende solo da dispositivi testuali o informativi; viene prodotta attraverso l'interazione tra persone, che risulta dunque centrale in ogni aspetto esaminabile in Panorama.

La soglia torna a essere oggetto di analisi. La fruizione può iniziare prima dell'ingresso e, in alcuni casi, senza che l'ingresso avvenga affatto. Pubblico intenzionale e pubblico potenziale non sempre coincidono, per attivare la fruizione basta passarci davanti. L'affaccio sul campiello e le vetrine rendono visibili dall'esterno le fasi di allestimento e disallestimento: il confine perde il proprio ruolo separativo. L'opera non è l'oggetto compiuto, separato dalle pratiche che ne hanno reso possibile la presenza: esso è parte di un processo visibile. La configurazione riduce la distanza simbolica tra pubblico e produzione artistica, rendendo osservabile persino la fase di curatela.

Se la letteratura scientifica ha considerato la soglia un dispositivo che seleziona e separa chi entra da chi ne resta all'esterno, la dinamica di Panorama appare, almeno in parte, rovesciata: la vetrina non delimita semplicemente l'interno, lo espone; il campiello non costituisce soltanto lo spazio precedente all'ingresso, diventa una prosecuzione delle attività. In altre parole, soglia e dispositivo di mediazione coincidono.

³⁵⁴ Cfr. R. Felski, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020, p. 142.

Emerge il concetto di *quartierization* discusso da Graeme Evans, grazie al quale viene spiegato che, in casi come questo in esame, produzione e consumo culturale entrano in relazione con il contesto territoriale e la capacità degli spazi culturali di interagire con il quartiere e le comunità locali³⁵⁵. In Panorama, tale dimensione va evidenziata proprio nella continuità tra spazio espositivo e spazio urbano. Sempre in base a quanto osserva Evans, lo spazio risulta coerente con il modello degli *art lab*, nei quali funzione artistica e funzione sociale sono concepite in maniera interdipendente³⁵⁶: questi si caratterizzano per la sperimentazione e per la loro apertura verso la comunità, sviluppando attività che possono comprendere certamente la dimensione artistica, ma anche quelle educativa, professionale e sociale. La configurazione di Panorama si inserisce pienamente in questa logica: l'esposizione non costituisce l'unica modalità di relazione con il pubblico, e viene affiancata da numerose occasioni di incontro e partecipazione. Coerentemente con tutto ciò, la dimensione comunitaria è un argomento cardine rilevato in tutte e cinque le interviste, ed è opinione unanime che essa rappresenti la cifra stilistica dello spazio.

È tuttavia necessario precisare che tale apertura non produce un pubblico omogeneo. Le traiettorie di accesso sono differenti: P1 arriva attraverso la combinazione di rete sociale e prossimità fisica; P2 tramite una relazione personale e professionale che precede la nascita dello spazio; P3 grazie a una relazione familiare, innestata su una forte socializzazione culturale; P4 attraverso una traiettoria culturale già consolidata e una frequentazione regolare; P5 con una rete personale direttamente connessa alla produzione dello spazio.

Questa pluralità consente di evitare tanto una lettura esclusivamente strutturale quanto una concezione individualistica della fruizione. Le reti sociali, la famiglia, la scuola, la formazione, la professione, la prossimità geografica e i dispositivi informativi costituiscono condizioni concrete che orientano le possibilità di accesso. Al tempo stesso, gli intervistati non si limitano a occupare passivamente una posizione resa disponibile: la curiosità e l'identificazione in una comunità mostrano una componente di *agency* che interviene costantemente nella costruzione della pratica. Le disposizioni pregresse orientano i soggetti verso determinate esperienze e rendono alcune caratteristiche dello

³⁵⁵ Cfr. G. Evans, *Cultural Spaces, Production and Consumption*, Routledge, Londra 2024, p. 120.

³⁵⁶ Ivi, p. 22.

spazio più significative di altre; contemporaneamente, la frequentazione dello spazio offre occasioni di socializzazione che consolidano o rielaborano tali disposizioni.

3.5 Sintesi e interpretazione dei risultati della ricerca

L'analisi condotta nei due spazi selezionati ha permesso di tornare alla domanda di ricerca posta alla base dell'indagine, volta a comprendere quale ruolo assumano, nel determinare l'accesso a una galleria d'arte contemporanea e la successiva esperienza di fruizione, la componente individuale dell'*agency* e quella della determinazione sociale. Nel primo caso, l'attenzione è stata rivolta alla capacità dell'individuo di orientare autonomamente le proprie scelte e di avvicinarsi allo spazio espositivo indipendentemente da una precedente familiarità con l'ambiente artistico. Nel secondo, invece, sono state considerate le condizioni sociali e culturali che possono favorire tale avvicinamento, con particolare riferimento al capitale culturale – familiare e/o istituzionalizzato –, al capitale sociale, alla formazione e all'esperienza professionale in ambito culturale.

Nel confronto tra i due casi emerge anzitutto una differenza significativa nella prevalenza delle due componenti. Nel pubblico di AKKA Project appare maggiormente rilevante la dimensione agentiva, sebbene essa non si manifesti in forma completamente indipendente dalle condizioni sociali e culturali dei soggetti. Fatta eccezione per A2, il cui percorso professionale e formativo lo colloca già all'interno dell'ambiente artistico, gli altri intervistati non presentano una collocazione prossima al mondo dell'arte; A1, in particolare, proviene da un percorso professionale estraneo all'ambito culturale e non dispone di un capitale culturale familiare particolarmente elevato; la sua frequentazione dell'arte contemporanea si è sviluppata soprattutto negli ultimi anni, a partire da un interesse personale e da una progressiva curiosità verso questo ambito. L'ingresso in galleria è dunque riconducibile a una scelta, non sostenuta da una posizione già consolidata all'interno del campo artistico.

Anche nei casi di A3, A4 e A5, nei quali l'accesso allo spazio è stato preceduto da un suggerimento o da un'indicazione proveniente da soggetti esterni, la mediazione sociale non sembra esaurire la spiegazione dell'ingresso. Il consiglio ricevuto costituisce un possibile fattore di avvicinamento, ma è la decisione autonoma degli intervistati a trasformare tale sollecitazione in un'effettiva esperienza di visita. Pur dichiarando una

conoscenza limitata dell'arte contemporanea e una frequentazione non abituale delle sue gallerie d'arte, questi intervistati hanno descritto l'esperienza in maniera positiva, sottolineando l'arricchimento personale. Il caso di AKKA Project mostra come l'accesso in galleria possa essere attivato anche in assenza di una familiarità pregressa con il mondo dell'arte e come l'iniziativa individuale assuma un ruolo decisivo nel processo di avvicinamento.

Il quadro restituito dalle interviste condotte con il pubblico di Panorama appare sostanzialmente differente: la frequentazione dello spazio risulta intrecciata alle reti relazionali e alla prossimità dei soggetti al contesto culturale veneziano. Tutti gli intervistati conoscono direttamente i fondatori della galleria e presentano percorsi formativi e/o professionali strettamente connessi all'ambito artistico. Qui, la componente sociale non costituisce soltanto una condizione accessoria dell'esperienza, ma sembra rappresentare uno dei principali dispositivi attraverso cui il pubblico entra in contatto con Panorama e ne mantiene la frequentazione nel tempo. L'appartenenza a reti sociali e culturali già prossime al mondo dell'arte incide più direttamente sulla possibilità di accedere allo spazio.

Il confronto tra i due casi non restituisce, tuttavia, una contrapposizione assoluta tra *agency* e determinazione sociale. Piuttosto, evidenzia il diverso peso assunto dalle due dimensioni a seconda della configurazione dello spazio e del pubblico che lo frequenta.

Un elemento comune ai due casi riguarda il momento successivo all'accesso: tutti gli intervistati hanno descritto lo spazio come un ambiente nel quale si sono sentiti a proprio agio. Tale convergenza assume rilevanza se letta alla luce delle considerazioni sviluppate nel secondo capitolo sui dispositivi di mediazione e sul loro ruolo nel rapporto tra visitatore e spazio espositivo. Sebbene assumano forme differenti, in entrambi i casi tali strumenti contribuiscono a ridurre la distanza percepita tra il soggetto e l'ambiente della galleria, nonché tra soggetto e arte stessa.

Nel caso di AKKA Project, questo effetto è prodotto dalla combinazione di diversi elementi: le spiegazioni della manager, la configurazione cromatica e informale del corridoio, la presenza delle ampie vetrate affacciate sul Canal Grande e, più in generale, un allestimento capace di evitare quella dimensione di formalità che potrebbe produrre un senso di soggezione o di timore reverenziale nei visitatori meno esperti. Nel caso di

Panorama, invece, un ruolo significativo è assunto dalla soglia, che si trasforma essa stessa in un dispositivo di mediazione non separando ma unendo il fuori con il dentro.

Le differenze tra i due casi riguardano, oltre alla diversa composizione dei pubblici, la funzione stessa attribuita alla frequentazione. AKKA Project, in quanto galleria prettamente commerciale, presenta una maggiore attenzione alla costruzione e al mantenimento della relazione con la clientela più che con il pubblico. Ciò non implica una minore apertura nei confronti del secondo, che nelle interviste si sente accolto e accompagnato. Panorama, al contrario, fonda la propria identità sul dialogo intorno all'arte e sulla costruzione di una relazione continuativa con il pubblico, benché meno eterogeneo.

Un'ulteriore differenza riguarda la posizione e la configurazione dei due spazi nel tessuto urbano veneziano. Panorama, situato in un'area centrale e caratterizzata da un intenso passaggio, beneficia di una maggiore visibilità e di una più immediata esposizione. AKKA Project, pur beneficiando di un affaccio frequentato e disponendo di una posizione di rara suggestione, risulta meno individuabile nel percorso via terra e presenta una relazione con l'esterno mediata dalla specificità della sua collocazione. Anche la diversa configurazione estetica e spaziale contribuisce a distinguere i due casi: se Panorama assume una dimensione più indipendente e *underground*, AKKA Project presenta un ambiente ampio e curato, nel quale elementi di informalità convivono con una maggiore riconoscibilità della galleria come spazio professionale dell'arte.

I risultati – così come le premesse – devono essere interpretati alla luce di alcuni limiti della ricerca. Il primo riguarda il campione, costituito da dieci intervistati, cinque per ciascuno spazio. La scelta di un approccio qualitativo ha consentito di approfondire le esperienze individuali, ma impedisce di estendere i risultati all'insieme del pubblico delle gallerie d'arte contemporanea e impone di considerare le evidenze emerse come riferite ai casi specificamente analizzati. Un secondo limite riguarda le differenti modalità di selezione e realizzazione delle interviste. Mentre per AKKA Project gli intervistati sono stati individuati casualmente e ascoltati *in loco*, per Panorama le interviste sono state realizzate online e gli interlocutori selezionati dallo spazio stesso. Tale differenza costituisce un elemento da tenere in considerazione, poiché le diverse modalità di reclutamento possono aver contribuito a determinare la composizione dei due campioni. La selezione rimane a ogni modo coerente con il carattere dei due spazi.

Per AKKA Project deve inoltre essere considerata la collocazione temporale della raccolta dei dati. La concomitanza con il mese di apertura della Biennale Arte può aver influenzato la composizione del pubblico osservato e le modalità di accesso alla galleria, in un momento in cui la città registra una maggiore intensificazione delle pratiche di visita. Tale circostanza non invalida i risultati raccolti, ma rappresenta una variabile contestuale da considerare nella loro interpretazione.

Conclusioni

Nel 2010, la casa editrice Feltrinelli pubblica un saggio dal titolo divisivo, “L’arte è per tutti”, da una celeberrima dichiarazione dell’artista statunitense Keith Haring, oggetto della narrazione. Eppure, basta passeggiare per un paio d’ore nelle calli veneziane – come in molte altre città d’arte – per rendersi conto che, tralasciando i buoni propositi, l’arte parrebbe piuttosto di chi può permettersela. Tutto sembra ruotare attorno al capitale: a quello economico, per poter studiare nelle migliori università; al capitale culturale, che permette di intrattenere conversazioni senza apparire privi di raffinatezza; a quello sociale, perché certi circoli rimangono tali, fermi al tempo dei *Salon* parigini.

Sebbene avvolte da un alone di mistero, tanto da essere spesso confuse con i musei, le gallerie incarnano perfettamente questo paradosso: vi si accede senza dover pagare ma le opere esposte, una volta acquistate, diventano inaccessibili al resto del mondo, a meno che non siano temporaneamente date in prestito ai musei. Durante i mesi di tirocinio ho potuto accogliere diverse persone, quasi sempre non compratrici, e mi sono domandata quale fosse il meccanismo sotteso a quel continuo via vai. L’arte non è di tutti, ma è dunque per tutti?

L’obiettivo dell’indagine empirica, per quanto limitata a due casi studio, è stato comprendere a chi questo *tutti* si riferisse: persone colte e affini oppure romanticamente legate a un colore, a un’idea? Cosa conta, infine, tra la spinta del singolo e il peso del contesto?

I dati, che poco hanno di romantico, sussurrano un “dipende”. Ciò che emerge dalla mia ricerca è che è il luogo – inteso come spazio concretamente vissuto e non soltanto attraversato dai visitatori – a fare la differenza: AKKA Project mostra un pubblico che ne varca la soglia e si lascia trasportare dalle sensazioni, pur non avendo sempre a disposizione delle solide conoscenze culturali; Panorama, al contrario, concentrando le energie nel parlare e far parlare d’arte, ha creato una cerchia affezionatissima ma più ristretta, accomunata da traiettorie riconducibili.

Come ho già detto, il limite del campione intervistato non permette di ampliare la riflessione a tutto il contesto veneziano, né tantomeno di accoglierne uno ancora

maggiore. Ciò che conta, a parer mio, è l'evidenza sociologica più lampante: il mondo della cultura e le gallerie, che di questo fanno parte, sono composti da una serie di fili intricati tra loro. Persone, parole e arte si mescolano all'architettura e ai dettagli spaziali, ed è proprio l'incontro tra ognuna di queste componenti a influenzare ciò che il singolo prova di fronte all'ingresso: dato il materiale empirico, non è stato possibile effettuare una categorizzazione univoca perché di configurazioni ce ne sono a migliaia, ed è proprio nella configurazione che risiede già un potenziale pubblico. Molto dipende non da chi "possiede", ma da come lo si mostra, da quale contenitore ospita quale contenuto. Ammetto di non aver riscontrato una risposta univoca, e questo mi induce a riflettere, a pensare che probabilmente aveva ragione Howard Becker nel dire che tutte le opere d'arte comportano l'attività di un gran numero di persone. Spero non si dispiacerà se aggiungo che le persone e i luoghi finiscono poi per influenzarsi, scegliendosi in maniera reciproca in base a chi sente di appartenere a un luogo e chi invece si riconosce dentro uno schizzo. Il mio augurio è che la ricerca approfondisca le dinamiche qui riportate comprendendo un campo di analisi di maggior respiro, con l'ovvia speranza che quanto emerso in questa sede venga ulteriormente validato: il rapporto tra pubblico e galleria può essere giudicato dalla copertina, se in essa sono comprese architettura, soglia e dispositivi di mediazione. D'altronde, è pur sempre d'arte che si sta parlando. Come potrebbe una copertina non essere rilevante?

Appendice A

- Cosa l'ha spinto a varcare la soglia di questa galleria oggi? C'è qualcosa nello spazio esterno che l'ha attirata, oppure conosceva già questa galleria?
- Frequenta abitualmente le gallerie d'arte?
- Come descriverebbe questo spazio? Quali sono state le sue prime impressioni entrando, prima della visita?
- Come ha vissuto il rapporto tra le opere e gli eventuali elementi di supporto alla visita come testi, etichette o altri apparati? In che modo questi elementi hanno influito durante la sua visita?
- Cosa l'ha colpita in particolare durante la visita?
- Ha visitato o visiterà altre gallerie d'arte?
- Le capita di parlare delle mostre che visita con amici o colleghi, oppure preferisce che resti un'esperienza privata?
- Cosa si aspettava entrando nella galleria?
- Uscendo da qui, cosa collega a questa esperienza?
- Senza scendere troppo nel dettaglio, posso chiederle quanti anni, di cosa si occupa nella vita e se/quali studi ha compiuto?

Appendice B

- Come ha conosciuto Panorama e da quanto tempo segue i suoi progetti? Perché è un frequentatore abituale dello spazio?
- Come descriverebbe l'esperienza proposta da Panorama rispetto a quella di una galleria tradizionale? C'è qualcosa nel modo in cui Panorama costruisce gli spazi e le esperienze che sente vicino al suo modo di vivere l'arte?
- Che tipo di spazi o eventi artistici le piace frequentare? Perché?
- Con chi partecipa abitualmente a questi eventi? Perché?
- Si ricorda di un'esperienza o un progetto di Panorama che l'ha colpita? Come si sente quando partecipa a questi eventi?
- Rispetto ad altre gallerie d'arte, secondo lei che cosa ha di diverso Panorama?
- Senza scendere troppo nel dettaglio, posso chiederle quanti anni, di cosa si occupa nella vita e se/quali studi ha compiuto?

Bibliografia

Ateca-Amestoy Victoria, & Castiglione Concetta, “Live and digital engagement with the visual arts” in *Journal of Cultural Economics*, Vol. 47, Springer, Berlino 2022 (643-692).

Becker Howard S., *I mondi dell'arte*, a cura di M. Sassatelli, Il Mulino, Bologna 2012.

Born Georgina, & Eric Lewis, & Will Straw, *Improvisation and Social Aesthetics*, Duke University Press, Durham 2020.

Bourdieu Pierre, *Forme di capitale*, a cura di M. Santoro, Armando Editore, Roma 2016.

Bourdieu Pierre, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, a cura di G. Viale, Il Mulino, Bologna 2001.

Bourdieu Pierre, & Darbel Alain, *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi Editore, Rimini 1972.

Bourdieu Pierre, *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Il Saggiatore, Milano 2005.

Bourdieu Pierre, *Questions de sociologie*, Minuit, Parigi 1980.

Brida Juan Gabriel, & Meleddu Marta, & Pulina Manuela, & Statzu Vania, “Time allocation in a museum: an empirical investigation” in *European Journal of Tourism Research*, Vol. 7, International University College Press, Dobrich 2014 (5-15).

Brieber David, & Nadal Marcos, & Leder Helmut, “In the white cube: Museum context enhances the valuation and memory of art” in *Acta Psychologica*, Vol. 154, Elsevier, Amsterdam 2015 (36-42).

Correia Loureiro Sandra Maria, & Roschk Holger, & Lima Filipa, “The Role of Background Music in Visitors’ Experience of Art Exhibitions: Music, Memory and Art Appraisal” in *International Journal of Arts Management*, Vol. 22, N. 1, École des Hautes Études Commerciales de Montréal, Montréal 2019 (4-24).

Danto Arthur, “The End of Art: A Philosophical Defense” in *History and Theory*, Vol. 37, N. 4, John Wiley & Sons, Hoboken 1998 (127-143).

Daenekindt Stijn, & Roose Henk, “Ways of preferring: Distinction through the ‘what’ and the ‘how’ of cultural consumption” in *Journal of Consumer Culture*, Vol. 17, N. 1, SAGE Publishing, Thousand Oaks 2017 (25-45).

De Nooy Wouter, “The dynamics of artistic prestige” in *Poetics*, Vol. 30, Elsevier, Amsterdam 2002 (147-167).

Evans Graeme, *Cultural Spaces, Production and Consumption*, Routledge, Londra 2024.

Felski Rita, *Hooked: Art and Attachment*, University of Chicago Press, Chicago 2020.

Gayo-Cal Modesto, & Warde Alan, & Wright David, “Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore” in *Cultural Sociology*, Vol. 1, N. 2, SAGE Publications, Londra 2007 (143-164).

Gibson James, *L’approccio ecologico alla percezione visiva*, a cura di V. Santarcangelo, Mimesis, Milano 2014.

Grigar Ewa, “Inventing the New Art World: On Art Institutions and Their Audience” in *On the Sociology of Art*, Vol. 17, N. 3, University of Łódź Press, Łódź 2021 (126-141).

Gurel Eda, & Michaud Maxime, “Art museum visitors: how do they perform class distinction?” in *Museum Management and Curatorship*, Vol. 40, N. 6, Taylor & Francis, Londra 2024 (742-765).

Harris Laura, “Private View? The Organisational Performance of ‘Privateness’ and ‘Publicness’ at an Art Gallery” in *Cultural Sociology*, Vol. 19, N. 2, SAGE Publications, Londra 2025 (23-42).

Harvey Richardson Sarah, “The Art Gallery and its Audience: Reflecting on Scale and Spatiality in Practice and Theory” in *Museum & Society*, Vol. 16, N. 2, University of Leicester Press, Leicester 2018 (201-219).

Hennion Antoine, “Pragmatics of Taste” in Jacobs Mark, & Hanrahan Nancy *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture*, Oxford, Blackwell 2005 (131-144).

Hennion Antoine, “L’histoire de l’art: leçons sur la médiation” in *Réseaux*, Vol. 11, N. 60, CNET, Parigi 1993 (9-38).

Kawashima Nobuko, “Audience development and social inclusion in Britain: Tensions, contradictions and paradoxes in policy and their implications for cultural management” in *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 12, N. 1, Taylor & Francis, Londra 2006 (249-266).

Lamont Michele, & Fournier Marcel, “Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality” in *Contemporary Sociology*, Vol. 22, N. 6, American Sociological Association, Washington D.C. 1993 (868-870).

Latour Bruno, “On Technical Mediation – Philosophy, Sociology, Genealogy” in *Common Knowledge*, Vol. 3, N. 2, Duke University Press, Durham 1994 (29-64).

Lizardo Omar, “How Cultural Tastes Shape Personal Networks” in *American Sociological Review*, Vol. 71, N. 5, American Sociological Association, Washington D.C. 2006 (778-807).

Lobley Noel, "Sound Galleries: Curating the Experience of Sound and Music in and beyond Museums" in *Music in Art*, Vol. 39, N. 1-2, Research Center for Music Iconography, New York 2014 (243-255).

Marx Karl, *Il capitale*, a cura di S. Breda e G. Schimmenti, Einaudi, Torino 2026.

Mason David, & McCarthy Conal, "'The feeling of exclusion': Young peoples' perceptions of art galleries" in *Museum Management and Curatorship*, Vol. 21, N. 1, Elsevier, Amsterdam 2006 (20-31).

Melendez Olivia, "Social Media and the Power to Effect Change: The Impact of the Digital Landscape on Achieving Equity Within Art Museum Leadership and Visitorship" in *Apollon Undergraduate Journal*, Vol. 9, Fairfield University Press, Fairfield 2019 (16-46).

Naknawaphan Onnutchai, & Naknawaphan Amika, "Can Cultural Capital and the Right to the City Explain Class-Based Alienation in Thailand's Art Museums?" in *Journal of Contemporary Urban Affairs*, Vol. 9, N. 2, Alanya University Press, Alanya 2025 (467-494).

Nielsen Sabine Dahl, "The Art Space as a Site of Radical Love" in *Parse Journal*, Vol. 19, Göteborgs Universitet Press, Göteborg 2024 (1-14).

Ollivier Michele, "Modes of openness to cultural diversity: Humanist, populist, practical, and indifferent" in *Poetics*, Vol. 36, Elsevier, Amsterdam 2008 (120-147).

Ollivier Michele, & van Eijck Koen, & Warde Alan, "Special Issue: Models of Omnivorous Cultural Consumption. New Directions in Research" in *Poetics*, Vol. 36, N. 2, Elsevier, Amsterdam 2008 (115-119).

Pandora Kay, & Wong Emma, & Polonsky Michael Jay, "Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers" in *Marketing intelligence and planning*, Vol. 27, N. 6, Emerald Publishing, Leeds 2009 (833-854).

Peterson Richard A., & Kern Roger M., “Dallo snob all’onnivoro: le trasformazioni del gusto raffinato”, in *Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche*, a cura di M. Santoro e R. Sassatelli, Bologna, Il Mulino 2009 (280-290).

Peterson Richard A., “Problems in Comparative research: The example of omnivorousness” in *Poetics*, Vol. 33, N. 5, Elsevier, Amsterdam 2005 (257-282).

Rodríguez Carlos J., & Heikkilä R., “El Debate Sobre el Omnivorismo Cultural. Una aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo” in *Revista Internacional de Sociología*, Vol. 69, N. 3, Editorial CSIC, Madrid 2011 (585-606).

Saavedra Javier, “Gallery and museum visiting” in *The Routledge Companion to Health Humanities*, Routledge, Londra 2020 (244-247).

Sowa Aleksandra, & Gosztyła Marek, “The art gallery as a place to foster a sense of social identity” in *Technical Transactions. Architecture and Urban Planning*, N. 3, Cracow University of Technology Press, Cracow 2026 (1-19).

Terraneo Marco, “Bourdieu, gli onnivori, i postmoderni e le pratiche culturali” in *Quaderni di Sociologia*, Vol. 54, N. 3, Rosenberg & Sellier, Torino 2010 (165-202).

Todd Sarah, & Lawson Rob, “Lifestyle segmentation and museum/gallery visiting behaviour” in *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 6, N. 3, Henry Stewart Publications, Londra 2001 (269-277).

Tom Dieck Claudia, & Jung Timothy, & Tom Dieck Dario, “Enhancing art gallery visitors’ learning experience using wearable augmented reality: generic learning outcomes perspective” in *Current Issues in Tourism*, Vol. 21, N. 17, Routledge, Londra 2018 (2014-2034).

Tröndle Martin, *Non-Visitor Research. Audience Development for Arts Organisations*, Palgrave Macmillan, Londra 2022.

Van Den Haak Marcel, & Wilterdink Nico, “Struggling with distinction: How and why people switch between cultural hierarchy and equality” in *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 22, N. 4, SAGE Publishing, Thousand Oaks 2019 (416-432).

Vom Lehn Dirk, & Heath Christian, & Hindmarsh Jon, “Exhibiting Interaction: Conduct and Collaboration in Museums and Galleries” in *Symbolic Interaction*, Vol. 24, N. 2, University of California Press, Berkeley 2000 (189-216).

Willekens Mart, & Lievens John, “Who participates and how much? Explaining non-attendance and the frequency of attending arts and heritage activities” in *Poetics*, Vol. 56, N. 1, Elsevier, Amsterdam 2016 (50-63).

Wiśniewska Aleksandra, & Budziński Wiktor, & Czajkowski Mikołaj, “An economic valuation of access to cultural institutions: museums, theatres, and cinemas” in *Journal of Cultural Economics*, Vol. 44, N. 4, Springer Nature, Berlino 2020 (563-587).

Zolberg Vera L., *Sociologia dell'arte*, Il Mulino, Bologna 1994.