

Poca spesa, molta resa: boom di presenze al Mar

'Borderline' supera i 20.000 visitatori. Spadoni: «Il tema attira, ma non mi aspettavo un tale risultato»

di ANNAMARIA CORRADO

A DUE MESI dall'inaugurazione la mostra 'Borderline' ha già superato i 20mila visitatori. Un risultato che inorgogliesce il curatore e direttore scientifico del Mar, Claudio Spadoni. Anche perché, con questi numeri a metà aprile, non è escluso che 'Borderline' superi i risultati della mostra finora più fortunata del Mar, almeno dal punto di vista dei visitatori. E cioè quella su Roberto Longhi che, nel 2003, arrivò a quota 55mila.

Spadoni, a cosa attribuisce il successo di questa mostra?

«Difficile spiegarlo. Sicuramente il tema è molto interessante. Ne ero convinto sin dall'inizio, ma ad essere sincero non credevo fino a questo punto. Tanto più che la nostra non è una mostra di quelle 'furbe', 'acchiappaturisti'. A volte conta anche la fortuna».

Si spieghi meglio.

«Ad esempio il manifesto si è rivelato particolarmente efficace. Ne abbiamo fatti di più belli, ma questo ha fatto scattare meccanismi

I PRECEDENTI

Finora la mostra del Mar più gettonata è stata quella di Longhi nel 2003

di seduzione non facilmente prevedibili. Ce li hanno addirittura copiati. Sicuramente il successo non è dovuto al fatto che abbiamo incrementato la promozione».

Si riferisce al budget?

«Sì. Delle grandi mostre del Mar 'Borderline' è probabilmente quella costata meno. Sappiamo qual è la situazione. Abbiamo dovuto economizzare su tutto, sfruttato le condizioni favorevoli per i prestiti, i rapporti di amicizia, di fiducia. Siamo riusciti ad ottenere oltre quaranta lavori provenienti dalla collezione dell'Art Brut di Losanna con una spesa veramente esigua, di poche migliaia di euro».

La mostra del 2003 dedicata a Roberto Longhi con i suoi 55mila visitatori è quella, fi-

nora, andata meglio. A questo punto 'Borderline' potrebbe superarla.

«È stata la prima grande mostra del Mar. Ci avevamo lavorato per anni, la curiosità di pubblico e addetti ai lavori era tanta. C'era il nome di Longhi ad attirare e gli artisti. Costò di più e tutto il personale del museo era impegnato lì. L'ufficio stampa aveva una persona che si occupava esclusivamen-

te delle prenotazioni. Oggi siamo in inferiorità numerica non solo rispetto alla mostra del Longhi, ma anche a quelle venute dopo».

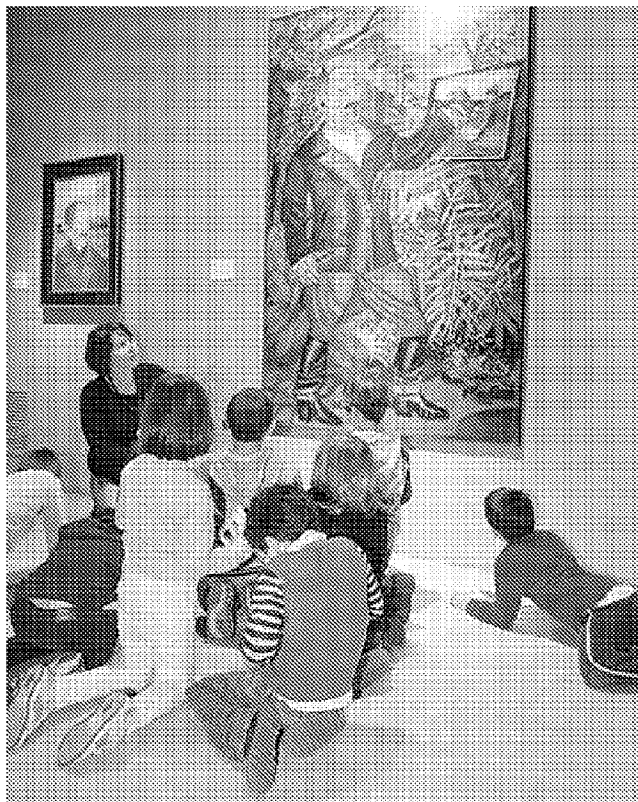
I risultati però ci sono stati anche questa volta, nonostante le 'ristrettezze'.

«È una bella soddisfazione e credo che anche il 'passa parola' funzioni. Ovviamente quando è positivo. Da tanto avevo desiderio di fare questa mostra, ma continuavo a girarci attorno pensando a come affrontare il tema senza banalizzarlo. Credo che alla fine ci siamo riusciti».

In che modo?

«'Borderline' pone molti quesiti e allo stesso tempo ha diversi livelli di lettura. Si rivolge ad un pubblico eterogeneo, che va dagli addetti ai lavori fino agli adolescenti. Persino ai bambini».





CAPOLAVORI Giovani visitatori ammirano un quadro di Ligabue



KATIA PEZZI
 VIA DI ROMA

L'attività aumenta
 e la differenza si vede.
 Il fenomeno è ancora
 più evidente rispetto
 agli altri anni



M. ROSA SABELLA
 VIA CESAREA

I clienti arrivano, bevono
 il caffè, poi ci chiedono
 dov'è il Museo. Molti
 vengono da fuori, ma
 non mancano i ravennati

I TAGLI

La mostra di quest'anno è stata realizzata con meno finanziamenti rispetto alle precedenti. Anche il personale del Museo negli anni si è andato assottigliando



IL DISAGIO DEL CORPO A
 sinistra 'Senza titolo' di Tancredi
 Parmeggiani, in alto una scultura
 in legno di Eugenio Santoro, anche
 questa 'Senza titolo' (Foto Corelli)

