

## Come ci si familiarizza con i musei

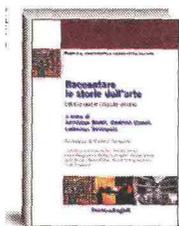
Come rendere i musei più accessibili e fruibili anche per i visitatori che non hanno una specifica preparazione storica e artistica? È la sfida cognitivo-estetica che le istituzioni culturali dell'arte devono vincere oggi se vogliono rendere esplicito, coinvolgente e attuale il messaggio che è alla base della loro esistenza.

### Un nuovo modo di comunicare nasce dall'incontro tra neuroscienze e arte:

neuroestetica, psicologia e narrazione sono i parametri entro i quali si può sviluppare un innovativo modo di raccontare le storie dell'arte. Un percorso per «educare il capitale umano», basato sulle tecniche di priming e digital storytelling. Quest'ultimo nasce dall'utilizzo di vari strumenti (immagini, video, audio, testi) per dare ricchezza, varietà e fascino alle informazioni comunicate, così da coinvolgere attivamente l'interlocutore (come il visitatore di un'esposizione artistica).

### Il priming è uno strumento psicologico per migliorare le prestazioni percettive e cognitive

legate a una pregressa esperienza. È una memoria universale, stabile nell'arco della vita, in grado di facilitare il ricordo di stimoli visivi (colori, linee, composizioni) e semantici (tema iconografico, significato del dipinto o della scultura) insiti nell'opera d'arte. La presa di coscienza degli aspetti che compongono l'oggetto aiuta a sviluppare un metodo personale di approccio critico utile ogni volta che ci si confronta con un bene culturale: una modalità per abbattere barriere culturali e differenze geografiche. □ **Vittorio A. Sironi**



**Raccontare le storie dell'arte. Educazione e capitale umano**, di Annalisa Banzi, Corinna Conci, Ludovica Scoppola, 236 pp., ill. b/n, **Franco Angeli**, Milano 2017, € 29,00

