

Musei del “genius loci”: il modello italiano di Alessandra Mottola Molfino

I circa 5mila musei sono oggi in Italia l'istituzione culturale più diffusa e capillarmente distribuita sul territorio. Per questo si parla d'Italia come “museo diffuso”.

Il loro ruolo è di essere *risorse di identità*, come diceva il grande antropologo Ernesto de Martino “...alla base della vita culturale del nostro tempo sta l'esigenza di ricordare una patria, e di mediare attraverso la concretezza di questa esperienza il proprio rapporto col mondo”. Il nostro futuro culturale può essere presidiato dai musei locali: senza di essi e il richiamo all'identità che praticano per tutti noi, saremmo tutti più indifesi di fronte alle sfide della globalizzazione.

L'Italia deve coltivare il proprio modello originale, quello del “museo diffuso” e del “*genius loci*”. Con orgoglio dobbiamo proporre il “nostro” modello, diverso dagli ottocenteschi musei imperiali e universali: i grandi, grandissimi musei nati per volontà dei governi, per tutto l'Ottocento e fino alla prima Guerra Mondiale, da Berlino a Londra, da San Pietroburgo a Vienna, da Parigi a Bruxelles... Nell'epoca della cultura planetaria non è più necessario raccogliere nei pochi centri del sapere delle città capitali grandi biblioteche e grandi musei enciclopedici, questo compito è infatti svolto dalle reti di informazione telematica che portano “a domicilio” tutte le conoscenze mondiali. Diventa invece indispensabile riconoscere (e approfondire) la diversità e la specificità culturale dei singoli paesi, e delle anche minime storie culturali: presentare cioè nei luoghi, nei contesti, nei paesaggi dove sono nati, i beni culturali che ad essi appartengono.

Evitiamo quindi la costruzione di nuovi grandi complessi museali, “scatoloni mangiasoldi”, e sosteniamo invece i “musei del territorio” (come venivano definiti in un Quaderno di Italia Nostra degli anni Settanta).

I musei alimentano l'innovazione e la cooperazione intellettuale, potenziano l'attrattività del territorio e ne migliorano la qualità della vita. Ma i musei servono se rafforzano legami identitari, se contribuiscono a mantenere vive le comunità, se combattono la frammentazione e la dispersione sociale, se diffondono nuove idee e costruiscono nuovi riferimenti culturali, se aiutano i singoli a sentirsi parte di un progetto comune di vita e di sviluppo. Sono oggi istituzioni culturali necessarie alla vita sociale, possono promuovere la *partecipazione* dei cittadini e il loro intervento attivo, in forma individuale e associata, nella tutela come nella valorizzazione, realizzare economie

di scala attraverso le forme di gestione associata, operando in una logica di reti e sistemi autogestiti. La strada è indicata da ICOM Italia (i cui maggiori responsabili hanno dato un prezioso contributo a questo numero del nostro Bollettino): ripensare il ruolo dei musei, “al servizio della società e del suo sviluppo”, nei tempi difficili della crisi e del cambiamento necessario.

La capacità dei musei di agire in rete, di promuovere sistemi locali - territoriali e virtuali - e di valorizzare i saperi disponibili sono un fattore di contrasto della crisi. Sono molte le regioni italiane, per prima la Lombardia, che hanno incoraggiato la costituzione di reti, consorzi, sinergie tra musei “diffusi”: partendo dalla classificazione dei musei del proprio territorio, secondo standard di qualità, ottenendo significative economie di scala. Esempi di eccellenza li troviamo in Lombardia, Umbria, Toscana (un esempio tra tanti la Fondazione dei Musei Senesi), Marche, Emilia Romagna (con la rete esemplare dei musei di Ravenna). Casi di buon governo delle strutture museali e della loro messa in rete si stanno diffondendo anche nel Lazio, in Sardegna (un esempio è il MAN di Nuoro) e in Sicilia (i musei delle tradizioni popolari del Val di Noto, i musei delle chiese di Erice).

I progetti promozionali del Ministero per i Beni e le Attività Culturali devono riuscire a portare i visitatori nei musei (dentro) e non le opere (fuori), usando i musei come “bancomat” di capolavori da portare in tournée. I musei devono ricevere risorse umane e finanziarie sufficienti per poter svolgere l’essenziale ruolo che la società richiede loro: istituti per la mediazione culturale, il dialogo interculturale, la coesione sociale, la tutela dei territori.