

## DISTRUGGE PERCHÉ È IGNORANTE, PERCHÉ È STUPIDO, PERCHÉ È DISONESTO

Marinella Pigozzi

Occorre ritrovare la coscienza dei luoghi per giungere ad una società civile attiva e responsabile. Sempre più spesso, in uno Stato in cui la politica ha il fiato corto e non va oltre i ghirigori verbali, che ha smarrito le proprie ragioni, che non sa liberarsi del debito ed anzi lo alimenta sempre più per incapacità a tagliare i propri privilegi e per disonestà operativa, si vuole sollecitare il coinvolgimento dei privati per la cultura. In questa indifferenza delittuosa la cultura pare ormai un accessorio. Il positivo dialogo fra privato e pubblico, favorendo una gestione mista, in ogni caso non può essere separato dalla cultura di un territorio, dalla società e dalla sua storia, occorre finalizzarlo alla tutela programmata, alla conservazione e valorizzazione del bene per ricongiungerlo alla comunità. Inoltre l'apporto dei privati nella gestione o nel restauro di luoghi specifici deve avvenire all'interno di regole definite, chiare ed efficaci. Lo prevede l'articolo 118 della Costituzione che afferma il principio della sussidiarietà e della collaborazione tra diversi livelli di governo e soggetti privati, singoli e associati. Affianca in modo chiaro l'articolo 9, troppo spesso dimenticato e oltraggiato. La partecipazione attiva dei cittadini può concorrere a migliorare la situazione delle istituzioni, musei compresi. La promozione di un luogo destinato alla memoria, di un contesto territoriale e culturale e la relativa valorizzazione delle azioni dell'uomo non può fermarsi alle strategie turistiche e culinarie, pur importanti e caratterizzanti. Può, aiutandosi con queste, partire dalla storia di una città e della sua esperienza umana, interpretarle quale fulcro di aggregazione del paesaggio materiale e umano, avendo alle spalle la solida consapevolezza che tutta l'Italia è un museo diffuso e la storia lo ha continuamente arricchito, nonostante le devastazioni operate dall'uomo, anche da chi fa appelli e grida di dolore. La cultura con il rilancio delle politiche di innovazione e formazione può dare risposte positive alla fame di lavoro sempre più disperata, alla riaffermazione della bellezza nella realtà di ogni giorno. Dopo le teorie gramsciano-marxiste, la fenomenologia di derivazione husserliana, dopo l'esistenzialismo, la psicoanalisi, l'estetica della ricezione, il decostruzionismo, la conoscenza storica del museo diffuso dell'arte resta la via più salda e con un futuro sicuro. Il paesaggio è l'esito di azioni di lavoro nelle campagne e concentrate nella città. Queste attività hanno prodotto e producono coltivazioni, costruzioni, architetture di servizio e private, opere d'arte. Occorre partire dai monumenti naturali e storici per abbracciare totalità interrelate e valorizzarle.

Non possiamo più ignorare le grida d'allarme che provengono da più parti e che ci confermano un'Italia priva di conoscenze e di competenze. I costi dell'ignoranza si traducono in un'economia in rosso e in disagi sociali. Tutti sappiamo che il benessere individuale e collettivo dipende dal nostro grado di conoscenza e dal nostro sapere. L'ignoranza di chi ci ha guidato e ci guida ha considerato e considera la cultura un bene superfluo e facoltativo, ha quindi determinato che la spesa per la cultura incida solo per lo 0,6% sulla spesa pubblica ed equivalga a meno dell'1% del Prodotto interno lordo. La deflazione attuale riduce ancor più la cifra stanziabile per la cultura. Occupiamo il trentesimo posto in Europa ed è quindi prevedibile un futuro di povertà. La valorizzazione del nostro patrimonio può diventare fattore trainante della crescita, occasione di vita, protagonista verso lo sviluppo sostenibile.

L'Italia guida la lista dei siti culturali riconosciuti dall'Unesco quali testimoni del patrimonio per l'umanità intera, testimoni non effimeri, non invasivi, non inquinanti, come certi parallelismi che gli incolti richiamano. Oggi le stesse avanguardie ritrovano energia e motivazioni a partire dalla rilettura del passato. La valorizzazione non contrasta la tutela, la favorisce e con essa la memoria. La valorizzazione però non riesce senza una buona efficienza, senza una continua, accorta e responsabile manutenzione, senza un più diretto e concreto dialogo tra centro e periferia. Occorre attivarsi, purtroppo stiamo perdendo testimonianze anno dopo anno.

Agendo in stretta relazione con la mappa dei servizi, la comunicazione della valorizzazione può aprirsi ad un pubblico vasto, non solo ad un fruitore colto, curioso di storia e di arte. La comunicazione stessa deve liberarsi degli pseudosaperi. Il comunicatore che non possiede sapere non solo testimonia la propria ignoranza, rappresenta un ulteriore passo verso la distruzione. È un valore anche la capacità di guardare, il vedere con la consapevolezza della percezione di ciò che ci circonda. La bellezza compresa va tutelata, valorizzata, diffusa. Sfidando la crisi, c'è un ricco capitale da sfruttare, non da distruggere per incuria. La cultura può offrire lavoro, risorse, può rientrare nel sistema produttivo, con la cultura si mangia, cosa non secondaria, se non si è stupidi.

L'enorme potenziale del mondo digitale può aiutare per permettere alle nuove generazioni di essere più informati, più coscienti dell'identità storica della nostra nazione. Certo non basta il trasferimento meccanico della cultura nella dimensione digitale. Occorre adattarla, interpretarla, elaborarla per provocare coinvolgimenti e produrre conoscenza. Fare esperienza delle immagini, delle emozioni, risulterà utile per conoscere qualità e peculiarità del nostro passato, per inserirlo nella nostra memoria, per tracciarne le possibili proiezioni nell'oggi e nel domani. Nella dimensione digitale devono intrecciarsi reale, virtuale, tecnologia, comunicazione, linguaggio, curiosità, coinvolgimento. Al visitatore curioso nel 1727 Neickel, il mercante di Amburgo autore di

*Museografia*, apriva il suo museo, un misto di laboratorio e biblioteca ordinata per temi, non solo dimora della memoria. Al curioso di oggi si possono offrire modelli ibridi di comunicazione che affianchino, e non neghino, la produzione di cultura su base scritta e stampata. Aiutano a farci percepire la tecnologia e a raggiungere un pubblico maggiormente differenziato da fidelizzare. Il pubblico del futuro va preparato oggi, attirando e sollecitando la curiosità dei bambini. Anche il museo allora non avrà più pareti, sarà spazio dell'arte, della cultura e della società, sarà percepito quale centro di un sapere collaborativo, che diffonde la conoscenza con autorevolezza ed efficacia, che orienta alla riflessione e alla consapevolezza per giungere alla costruzione condivisa (non più semplice trasmissione) della conoscenza. La consapevolezza della propria cultura, la fierezza della propria identità possono assicurare e fortificare, non faranno sembrare nemici i portatori di esperienze da altri mondi. Anzi, ne favorirà il dialogo.

La 'realtà aumentata' arriva al museo e rivoluziona il modo di interagire con gli oggetti d'arte e con le testimonianze storiche e archeologiche. A puntare forte sulla sperimentazione (di recente altri musei italiani di arte moderna e contemporanea hanno voluto applicare i nuovi percorsi multimediali) ci sono ora due importanti musei a Roma: il Museo Nazionale Preistorico e Etnografico Luigi Pigorini all'Eur e in palazzo Brancaccio il Museo Nazionale di Arte Orientale Giuseppe Tucci che promuove la conoscenza delle civiltà asiatiche. Grazie al *tablet* i visitatori potranno immergersi in una serie di percorsi studiati per il loro coinvolgimento. Una tecnologia che permette di arricchire la percezione sensoriale della realtà attraverso livelli aggiuntivi di informazioni multimediali. Il *software* potrà essere scaricato sul sito, altrimenti *tablet* pronti all'uso potranno essere distribuiti all'accoglienza. Basterà puntare la videocamera sull'oggetto desiderato per vedere apparire delle guide virtuali che lo presenteranno in modo originale e con contenuti multimediali. Il visitatore diventa attore, entra in una comunità che contribuisce con le sue osservazioni e con le sue conoscenze ad accrescere i significati del museo, reinterpretandoli assicura loro sopravvivenza e nel contempo si sente protagonista. Il museo è già ora un percorso tattile e visivo, l'introduzione delle applicazioni sugli *smartphone* o altri *device* dedicati aumenta la ricchezza di contenuti, va oltre la semplice percezione, favorisce ricostruzioni virtuali personalizzate e non indotte. Il visitatore si sentirà protagonista.