

SUPPLEMENTI
S

*Verso Il capitale
culturale*

Contributi di Massimo
Montella (1977-2004)

**SPECIALE PER I
10 ANNI
DELLA RIVISTA**

IL CAPITALE CULTURALE

Studies on the Value of Cultural Heritage



eum

Rivista fondata da Massimo Montella

I circuiti museali dell'Umbria: progettazione e realizzazione. Presentazione del progetto "Un Museo per la Città" di Assisi*

Massimo Montella

1. *La cultura nei programmi comunitari*

I musei sono entrati nel conto degli interventi comunitari, per quanto riguarda l'Umbria, soltanto da un anno, ed è stata un'impresa non facile. Perché tanta difficoltà? La cultura nei programmi comunitari c'è e non c'è; e se c'è la si ritrova in quella forma molto estesa, onnicomprensiva, molto indifferenziata per cui si può passare dal museo allo sport, alla musica. Credo che capire la ragione di questo sia già avviare a soluzione il problema. A me pare ci sia una certa diffidenza da parte di chi si occupa di politica dello sviluppo in Europa, nei confronti di tutto quello che ha a che fare con la cultura: chi si occupa di cultura, gli operatori della cultura, sono quelli per i quali si usano parole come "contemplazione", "spirito", "conservazione", cioè tutte cose lontanissime dall'altro luogo comune secondo il quale l'economia invece è dinamicità, profitto. Ma se questo è il punto, allora si tratta di vedere come una diversa idea di cultura, una diversa idea di turismo, una diversa idea di servizi (che siano servizi sociali di specie culturale) possano dare economia ed essere ammessi

* In *Occupazione e politiche del lavoro*, Atti e documenti della settimana europea (Terni, Perugia, 9-13 ottobre 1995), a cura di E. Mantovani, s.l.: SEU Servizio Europa, 1995, pp. 118-123.

tra gli strumenti e gli obiettivi delle politiche comunitarie. Io me lo auguro. Del resto, se così non fosse, non si riuscirebbe a fare nulla di quanto invece si riesce a fare anche con effetti occupazionali confortanti per la quantità degli occupati e per i costi. Credo che non ci sia possibilità di confronto con i costi che vengono sostenuti per realizzare nuovi posti di lavoro in settori tradizionali quali l'industria e l'agricoltura.

A conferma di tutto ciò basta un dato sommario: lo scorso anno circa cinquanta giovani, appositamente preparati, con un profilo professionale del tutto inedito, hanno lavorato nei musei umbri come nuovi occupati e il disavanzo complessivo a livello di tutti gli Enti pubblici coinvolti, a fine anno, è stato di soli 38 milioni di lire.

Quello che stiamo facendo, grazie alla Comunità Europea, ad Assisi, il "Museo per la Città", assume un particolare valore perché ha una carica d'innovazione maggiore rispetto al modo, pure innovativo, con il quale abbiamo affrontato il museo tradizionale. Per capire in cosa consista questa innovazione vorrei rapidamente fissare alcuni elementi concettuali di riferimento: cultura, museo, massa e rapporto pubblico e privato.

2. Il "museo moderno": origini e caratteristiche

Tutte le applicazioni pratiche nascono e conseguono all'idea di cultura che noi assumiamo in partenza. A livello di Comunità Europea, quando si parla di "museo", naturalmente si pensa al museo nell'accezione di "museo moderno". Il museo moderno nasce quando l'attenzione per il prodotto artistico si sposta dal momento del luogo e della destinazione di origine di un bene – cioè dal contesto – al momento della percezione da parte del fruitore. Ebbene, il concetto innovativo di cultura al quale ci rifacciamo, è quell'altro che pure è sempre stato presente sulla scena, anche se in maniera molto ridotta in età romantica e poi idealistica.

L'obiettivo non è quello di confliggere, quanto quello di coesistere con l'oramai tradizionale modello di museo moderno, esemplificato dal Museo Napoléon, dal Louvre, che è un valore di per sé straordinariamente importante, fondante, indiscutibile. Semplificando alquanto si potrebbe dire che quel modello è nato quando, sulle tracce dei "granturisti", Napoleone e altri arrivano in Italia scegliendo di fiore in fiore un'antologia eccelsa, ma quantomai sintetica, della storia dell'arte e trasferiscono tutto nel museo. Naturalmente il contesto non può seguirlo, e allora bisogna che il museo lo ricontestualizzi: così nasce il museo moderno per il quale il contesto non importa più. In questa fase della storia l'Italia è la vittima, ma poi s'immedesima molto bene in questo ruolo e costruisce dei musei sullo stesso modello di quelli nati laddove bisognava rimpiazzare il contesto assente.

3. *Il museo fuori del museo*

C'è un'espressione molto bella, molto chiara, di Bruno Toscano: «Bisogna che il museo sia il posto dove comincia un racconto che continua fuori». Ora, a cominciare dal museo un racconto che continua fuori significa non essere sfiorati dall'idea di dover museificare questo paese; siamo persuasi che il patrimonio culturale, – tutto quello degno di essere osservato, non soltanto le selezioni alla *Baedeker* – non può stare nello spazio limitato del museo, essendo di per sé un patrimonio diffuso e significativo in quanto diffuso. Per cui, immaginiamo un museo come uno strumento di archiviazione del tempo di genere diverso. Cioè, noi vogliamo organizzare il museo come servizio sociale, estroverso.

Per quanto riguarda, poi, il concetto di *massa*, è condivisibile anche quella diffidenza, come dire economicistica, verso i conservatori, cioè verso coloro che si preoccupano di porre, di evidenziare un presunto conflitto fra la quantità degli utenti e la qualità dell'offerta. Un conflitto di questo genere si verifica proprio nel non innovare o nel non affiancare a quel concetto di cultura questo diverso concetto di cultura: se si industrializza il *grand tour*, se si portano masse di persone a consumare rapidamente alcuni luoghi comuni, in senso fisico e concettuale, naturalmente questo ha delle controindicazioni, degli effetti negativi non soltanto sul piano culturale – perché allora sia un turismo che non dà frutti riguardo all'informazione e alla conoscenza – ma anche sul piano economico. Credo che nessuno invidi le condizioni in cui si trovano città come Venezia e Firenze, anche sul piano economico. Se, invece, si pensa a una forma di turismo residenziale, lo spazio economico c'è sicuramente, e anche straordinario perché si modifica il modo di fare turismo: sono sempre di meno quelli che raggiungono mete lontane per lunghi periodi di tempo, mentre sono sempre più quelli che “spendono” un fine settimana generalmente per percorsi brevi, ma ripetuti nell'arco dell'anno, in primo luogo in ambito locale. Se si pensa questo tipo di turismo, bisogna ripensare il museo, soprattutto in Italia e bisogna ripensarlo non “in antagonismo con” ma “in aggiunta a”.

Insomma, il museo come collezione di cose sta fuori del museo, è all'aperto, è il paesaggio, il paesaggio umanizzato. Per fare un esempio: non sarebbe impossibile collocare l'Arco Etrusco di Perugia all'interno di un museo, ma certo potrebbe essere confuso con un arco di trionfo, mentre, in realtà, si tratta di una porta di una cinta muraria. D'altra parte, neanche chi ci passa davanti ne coglie le funzioni originarie perché così come è ora è privo di contesto, mentre predisporre intorno un museo – inteso come servizio sociale di massa – renderebbe visibile la cinta muraria che lo ingloba e la strada per Gubbio che lo attraversa, tutti elementi presenti nella loro fisicità.

Più in generale, in Italia non abbiamo bisogno di sostituire il contesto storico con il momento artificioso, in senso tecnico, del monumento per il fruitore moderno all'interno di un museo. Abbiamo invece bisogno di creare servizi che consentano alla massa, e ai residenti innanzitutto, di fruire dei beni culturali.

Anzi, l'efficacia di questi servizi dovrebbe misurarsi proprio con la loro capacità di interessare la massa, i turisti.

4. *Il "Museo per la Città" di Assisi*

Il "Museo per la Città" di Assisi è basato su questo presupposto. Perché si è scelta Assisi e non Perugia o Gubbio? Soltanto perché si sono potute sfruttare una serie di opportunità favorevoli: si erano valutati sì i quattro milioni ufficiali di visitatori l'anno, ma non si era pensato al Giubileo. In pratica, il "Museo per la Città" di Assisi sarà un luogo a partire dal quale si eserciteranno due categorie di servizio. Il primo è l'attività di manutenzione programmata e preventiva sulla generalità del patrimonio; un modo radicalmente sostitutivo dell'idea del restauro come intervento chirurgico *post factum*: costa molto meno e le opere si conservano meglio. In fondo, l'intervento di restauro è il corrispettivo di un intervento chirurgico: non si augura a nessuno perché, bene che vada, ci lascia non esattamente in ottima forma, almeno per un certo periodo di tempo. La manutenzione programmata rappresenta la prevenzione al posto della chirurgia. Non si può garantire la salute della generalità dei cittadini con la chirurgia. È quindi preferibile un intervento preventivo e, in particolare, un intervento preventivo fondato su un'attività conoscitiva riferita alle cose, non soltanto per il loro valore formale e monumentale, ma per il loro valore materiale e tecnico, analizzando i materiali di cui sono fatte, le tecniche con cui sono state lavorate e poste in relazione con le condizioni dell'ambiente nel quale si trovano. Rilevando gli aspetti fisici, gli aspetti antropici e gli aspetti climatici e individuando degli indicatori del possibile degrado si fa un'opera di prevenzione quotidiana, non di restauro ma di prevenzione che agisce ogni giorno a livello dell'intera città. In realtà, non è una grande invenzione: è quello che si fa nelle case da sempre. Già questo primo servizio offerto dovrebbe dare contributi ed effetti economici notevoli.

L'altro è l'accoglienza: il pubblico, arrivando al "Museo per la Città", verrà informato su cosa c'è in città, dove si trova, quando e come si può vedere; troverà suggerimenti di percorsi da fare con il sussidio di pubblicazioni, di nastri o di quant'altro, di esposizioni fisse molto contenute, in maniera che questa visita serva, da un lato, a distribuire il turismo nel corso dell'anno e nella generalità dei luoghi e a fare in modo che la visita abbia una sua efficacia informativa.

5. *Un nuovo rapporto fra pubblico e privato*

Il rapporto pubblico/privato è l'ultimo tema che vorrei affrontare, evitando le semplificazioni dell'economia. Dire che la presenza di intervento dei privati in America statisticamente è molto alta, mentre in Italia è molto bassa, significa fare una constatazione che non dice nulla, perché non c'è un minimo di omogeneità fra le due cose. Collocare nella nostra esperienza questo rapporto pubblico/privato, significa trovare un modo di relazione fra i due elementi, per cui il pubblico faccia ciò che gli spetta e che non è possibile delegare ad altri, cioè la garanzia dell'utilità sociale di ciò che si offre; il privato deve realizzare ciò che il pubblico peraltro cercherà di favorire, con l'intento di concretizzare i propri profitti su quel tipo di prodotti che non siano di danno per la società. Mi riferisco, parlando di quei concetti di cultura e di museo, soprattutto al problema della comunicazione e al gestore dei servizi. Già ora il personale addetto alla gestione ordinaria dei musei è personale privato. Oggi è però molto in auge il settore della multimedialità e quello degli audiovisivi, oltre a quello tradizionale dell'editoria, che mi sembrano avere la stessa credibilità che poteva avere un'altra definizione che qualche tempo fa la faceva da padrona, quella del "polivalente"; quando non si sapeva cosa fare con qualcosa si diceva "Se ne fa un uso polivalente". Adesso, invece, si dice: "Cosa si può fare con questo? Si fa un programma multimediale". Insomma, si finisce con il sostituire, dolorosamente o stupidamente, il mezzo al contenuto. Allora, con il multimediale che tipo di informazione daremo? Rivolta a chi? Questo è il ruolo che compete al settore pubblico. Laddove si offriranno servizi al pubblico, bisogna che si dia la possibilità a chiunque di offrire qualunque cosa; però dovrà anche esserci qualcosa che viene presentato al pubblico come realizzato sotto la responsabilità degli Enti pubblici, ma per iniziativa di privati. Ad esempio, il progetto di *Sistema Museale dell'Umbria* prevede la pubblicazione di cataloghi scientifici sistematici realizzati in collaborazione con un editore nazionale nella convinzione che in molti musei si vendono come cataloghi pubblicazioni che, appunto, in copertina riporta nella parola "catalogo" ma catalogo non lo sono. Lo stesso vale per le guide. Cambiare la solita letteratura periegetica, letteratura topografica, letteratura di descrizione dei luoghi è cambiare in un punto essenziale il problema del rapporto fra beni e fruitori. Correggere, o meglio aggiungere, all'idea del fruitore moderno, costruita sul museo moderno, quell'altra possibilità di fruizione, costruire soprattutto una nuova *odeporia*, una nuova *itineraria*, alternativa a quella del *cliché*, che neanche era propria dei "granturisti" che avevano in realtà una varietà è un'intelligenza nel cogliere gli aspetti molto più ampia di quanto non si sia disposti a credere sulla base della semplificazione che ne è stata fatta e che è stata formalizzata dal *Baedeker*. È necessario, se non superare il *Baedeker*, almeno fare in modo che non sia l'unica maniera per guardarsi attorno. Questo ruolo spetta essenzialmente al settore pubblico che, in generale, può fare molto per favorire l'iniziativa dei

privati con questa riesplorazione di spazi di mercato che i privati ignorano, avendo trovato già le loro convenienze su un terreno più riduttivo.

JOURNAL OF THE DIVISION OF CULTURAL HERITAGE
Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
University of Macerata

Direttore / Editor in-chief
Pietro Petrarola

Texts by
Massimo Montella, Nadia Barrella, Patrizia Dragoni, Pietro Petrarola

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/index>

eum edizioni università di macerata



ISSN 2039-2362
ISBN 978-88-6056-671-3

Euro 25,00