

**Clementina Gily**

## **La cultura del pubblico - 1**

### **1. Educazione pubblica**

Il tema della scuola laica e pubblica si pose alla fine del 700, perché l'impulso democratico dell'illuminismo esaltava il *progresso*, di cui l'800 avrebbe fatto una ideologia. È la naturale conclusione del processo iniziato ai tempi della seicentesca *Querelle des anciens e des modernes* in cui si era gradatamente affermata la fine dell'antico mito dell'età dell'oro, il privilegio della saggezza degli antichi, la superiore maestosità e cultura delle loro lingue. Come si criticava il freno alle coscienze, economie, scienze, dovute al predominio aristocratico, la nascente *opinione pubblica* avanzava in tutti i campi l'idea di un nuovo sapere, che aveva i suoi capisaldi nella scienza e nella storia e dei progressi scientifici. La filosofia avanzava sistemazioni nuove, la politica rivoltava vigorosamente il corso della tradizione. Sorgeva la pedagogia e l'idea che al popolo non bastasse la sua cultura, basata sui proverbi: se da plebe doveva farsi popolo, come diceva la Grande Rivoluzione, e ogni cittadino doveva essere soggetto di diritti, occorreva che le forme sin allora ristrette dell'educazione si ampliassero alla gran parte della nazione.

Nasceva anche l'idea della formazione estetica (lo stesso nome, nella significazione moderna legata al Bello, risaliva solo a Baumgarten nel 1735), cioè l'idea che la cultura potesse giovare dell'aspetto comunicativo del Bello per realizzare una educazione del gusto e del sentimento. In particolare, il programma di una vera e propria educazione estetica come educazione del genere umano è tracciato con singolare modernità da Schiller alla fine del '700.

Inoltre la discussione sul gusto e sul senso comune, Hume, Shaftesbury in prima linea, aveva indagato come il *consensus gentium* fosse non solo l'elemento oggettivo del successo dell'arte, ma anche un momento teorico che determina una conoscenza alternativa, che già con Kant affianca la logica determinante e definitoria della scienza (il *giudizio* della terza critica). L'educazione del gusto, perciò, è un tema di interesse diffuso che trova già molti attuali elementi di riflessione. Formare il senso comune ed elevarne la qualità è lo scopo con cui nasce il museo pubblico, che allarga la collezione privata a luogo di frequentazione aperto a tutti. La presenza dell'arte nella vita sin allora era legata alle architetture delle città, alle collocazioni in luogo pubblici di statue, dipinti e fontane, mentre nel Museo c'è a fondamento il criterio della raccolta e dell'enciclopedia, del contatto critico dovuto alla stessa moltiplicazione e paragone degli esempi.

L'intento didattico e conservativo nascono insieme. Luigi Lanzi, autore dell'ordinamento degli Uffizi, uno dei primi musei insieme al Palazzo dei Conservatori al Campidoglio di Roma, compose anche la *Storia pittorica della Italia* nel 1795-6: è un esempio chiaro. L'intento del volume è di paragonare le opere del passato al presente, sulla scia dei problemi proposti dal neoclassicismo di Winkelmann, direzione culturale del regime napoleonico. Lanzi già indicava l'importanza del museo, che in un solo spazio mostra tante e diverse opere, così da proporre a tutti i visitatori non solo modelli da copiare, ma un ideale di bellezza.

Copiare è una valida didattica dell'arte anche oggi, ma bisogna comprendere in cosa si distingue dal lavoro artigianale di un falsario, per dare all'attività il suo giusto senso anche in contesto educativo. Si tratta infatti, dice Winkelmann, di *imitazione*. Basta osservare le *copie* dei grandi pittori, che copiano in modo originale, traendo dall'opera più che altro ispirazione e conoscenza. Copiare rende infatti attenti alle *invenzioni*, ai particolari della raffigurazione come mani, gesti, simboli,

inquadrature e pose – che sono la parola dell'immagine. Nell'imitazione quindi si impara il vocabolario dell'arte.

Diceva Winkelmann, *“l'opposto del pensiero indipendente è per me la copia, non l'imitazione: per la prima intendo il servire servilmente; per mezzo della seconda la cosa imitata, se è fatta con intendimento, può assumere quasi un'altra natura e divenire originale ... per me è copiare anche quando si lavora secondo una certa formula, senza sapere che non si pensa”*<sup>1</sup>.

Nelle comunicazioni di massa, dove la copia e la citazione sono assurte a percorso normale dell'espressione (format, remake ecc.), l'importanza di questi temi è riconosciuta ed analizzata come produzione di una *copia originale*. Francesco Casetti ha raccolto nel volume dal titolo *La ripetizione* contributi che mostrano come l'idea di ripetizione sia diventata una componente riconosciuta dell'estetica dei media, dove imitazione e citazione assurgono a criterio di memoria, generando un'espressione dotata di sua propria consistenza. Il genere letterario si esplicita come parte della composizione, la ripresa diventa un arabesco: quest'ultimo è un tema caro all'estetica barocca, ed indica nella capacità della voluta la fermezza e insieme la volatilità della fantasia. L'arabesco non indica la ripetizione allo stesso modo della copia, indica la necessità di conoscere lasciando le porte aperte all'immaginario, un processo che irrobustisce la fantasia.

La funzione della copia così è quella della memoria, della storia, della tradizione, rendere memorabili i frammenti del ricordo per l'interpretazione e la simbolizzazione. Lasciando spazio alla capacità di stupire, tipico della creazione artistica. Perché, come dice Baudelaire,

*“il bello è sempre bizzarro. Non voglio dire che sia deliberatamente, freddamente bizzarro, perché in questo caso sarebbe un mostro uscito dai binari della vita. Dico che il bello contiene sempre in sé un po' di bizzarria, una bizzarria naturale, non voluta e inconscia, e proprio questa bizzarria lo fa essere specificamente in quanto Bello. E' l sua immatricolazione, la sua caratteristica. Si rovesci la proposizione, e si cerchi di fingere un bello banale!”*<sup>2</sup>.

## **2. L'istituzione del museo e la perdita dell'aura**

L'istituzione del museo porta di per sé l'abbandono, dell'*aura*<sup>3</sup> dell'opera d'arte – oltre a Benjamin, cui si deve questa celebre espressione, il vivere dell'immagine vivente è chiara in Stendhal, in Proust. Se la storia resta nella sua storia, in uno stabile, famiglia, città ed intento, è un tutt'uno con essi; ma se è dislocato ed espropriato perde il suo mistero, un fascino che indica la complessità da cui l'opera è nata. L'opera così si va ad inserire in una dimensione oggettiva, che la sottrae al contesto storico di appartenenza e vivo, entra in una estetica sovrastorica che ne fa una merce. La decontestualizzazione del Museo è un altro carattere dell'istituzione, insieme al suo avere per target la cultura popolare, il che rende necessario un lavoro di ricontestualizzazione, che offra percorsi di comprensione atti a ricostruire l'aura – che reinseriscano l'opera nella sua complessità storica ed artistica, restituendole un fascino ben determinato. Maffesoli parla della neo-auraticità che nasce anche nei percorsi del virtuale, dell'artificiale, il fascino dell'arte sopravvive alla rarefazione delle atmosfere d'origine.

Benjamin individua la perdita dell'aura nella riproducibilità tecnica dell'opera, che è straniamento dell'opera a se stessa per la diversa fruizione dovuta alla produzione in serie delle comunicazioni di massa, già nella fotografia e cinema, che sottraggono l'opera d'arte alla tipica rarità ed eccezionalità. La tecnica della riproduzione sottrae il riprodotto alla tradizione, la moltiplicazione sostituisce ad un evento unico una serie quantitativa. Ciò consente una godibilità rivolta al singolo fruitore, ma rivolta la tradizione del gusto.

---

<sup>1</sup> (J. J. Winkelmann *Brevi studi sull'arte antica*, 1756-9.

<sup>2</sup> Baudelaire 1855

<sup>3</sup> W. Benjamin 1936

Nasce così quella che giustamente McQuail chiama la **cultura del pubblico**, smettendo la dizione di comunicazione di massa – un termine coniato da Blumer, quando alla parola *massa* si legavano anche significati positivi. L'irruzione del mondo della *comunicazione di massa* nella cultura ha infatti innovato potentemente il mondo dell'arte, come bene intesero subito le avanguardie artistiche del Novecento<sup>4</sup>, valga per tutti l'esempio dei futuristi<sup>5</sup>, un nuovo mondo ibrido e convergente, un mondo che al di là delle differenze dei singoli media è un intero, caratterizzato dalla complessità. Il significato, nel positivo e nel negativo, sta in questa carica distruttiva e catartica che liquida un valore tradizionale della cultura e ne crea uno nuovo. L'espressione di McQuail di *cultura del pubblico* indica la necessità di abbandonare un atteggiamento di giudizio, di svalutazione unitaria di un mondo volgare e massificato; bisogna invece storicamente considerare il nuovo stato delle cose, e assumere un atteggiamento corretto, indispensabile per valutare la didattica dei musei.

### 3. L'intento pedagogico di formare il gusto

Il museo incarna la novità del mondo contemporaneo sostituendo la *cura* del funzionario al mecenate.<sup>6</sup> Se ne può ripetere l'anima e la passione, il ruolo del funzionario è comunque diverso, come diverso è il pubblico cui si dirige l'opera. Il convergere di tante diversità rende indispensabile una metodologia per l'educazione e per la cura dei beni culturali, atta a superare la *funzione*, vale a dire la temporaneità, l'occasionalità, il possibile disinteresse. Anche l'educazione, perché la promozione del bene culturale è dalla legge affidata al funzionario, e si realizza con una didattica che non è data nella preparazione culturale di quasi tutti i funzionari, che si compone di arte, restauro, scienze delle costruzioni, architettura, archeologia, economia e via dicendo.

Le opere d'arte sono *beni culturali*, cioè merci, che occorre restituire al corretto *status* di fatto culturale: un'operazione non semplice, in contesti aperti come sono i musei, dove la cura del target non è ritenuta essenziale. Molte sono le iniziative in corso, i protocolli tra istituzioni scolastiche e quelle dell'art. Ma occorre una preparazione didattica specifica, che sappia come iconologia e pedagogia dei beni culturali possano ricostruire quel gusto del *bizarro* di Baudelaire: perché la difficoltà dei percorsi richiede bibliografie di approfondimento inadatte al pubblico del museo, le cui indicazioni vanno trasfuse nell'azione per suscitare stupore e conoscenza.

È importante considerare questo lavoro educazione e non volgarizzazione, coltivazione della cultura del pubblico, senza scendere in banalizzazione. Non si dimentichi che l'estetica del 900, ad esempio Umberto Eco (*Opera aperta*) ha determinato l'importanza della letteratura popolare, una sorta di moderna mitologia, che costruisce il senso comune con la stessa semplice nobiltà dei miti. Saper parlare al target e coltivarlo è un pregio delle comunicazioni di massa da imitare, tanto più che la scienza della comunicazione fornisce indicazioni utili anche a pubblici di cultura elevata ed a fini di promozione culturale di livello.

Mallarmé scriveva un giornale per gli amici, che si chiamava *La dernière mode*<sup>7</sup> - praticando la sua estetica di grande raffinatezza in una conversazione col pubblico e le sue mode, la sua sensibilità: osservarlo, è rispettarlo e allacciare un dialogo. Legarsi alla cultura del pubblico, al valore della merce, non vuol dire correre verso livelli bassi, come sostenne la scuola di Francoforte. Se l'arte, come disse Marcuse (*Eros e civiltà*), è capacità di recuperare un eros rivoluzionario che rivolti l'unica dimensione del vivere con alternative personali, l'educazione estetica è civilizzazione. Adeguarsi alla moda, senza esserne schiavi, è solo esplicitare il naturale valore di comunicazione che lega l'artista alla scelta di lingua e modalità di composizione - diverse nei luoghi e nel tempo.

La *dernière mode* è interessarsi al senso comune: "Tutta la nostra estetica è in queste parole: c'è, in quella sala, motivo da divertirsi? Interessare alle abitudini del bello ordinario, è un po' il nostro

---

<sup>4</sup> De Michelis, *Le avanguardie artistiche del Novecento*

<sup>5</sup> M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*

<sup>6</sup> Stefano Gallo, *Sulla coscienza storica dell'opera d'arte tra critica e consumo*

<sup>7</sup> Mallarmé

scopo. Tutto si impara dal vivo, anche la bellezza, e il portamento della testa, lo prendiamo da qualcuno”<sup>8</sup>. Osservare, notare, capire: questa è la natura della conoscenza estetica.

Così, quando in un museo si passa davanti ad un’opera, è superficiale lasciarsi prendere dal suo realismo e giudicare quanto sia esatta la riproduzione – come si fa spesso, il disegno imperfetto è a volte di una grande opera e viceversa. Non è sempre questo quel che conta, come dimostrano tante opere incomplete di grande originalità e tante perfezioni artigianali.

L’arte si caratterizza per la sua capacità di manifestare un mondo.

*“Ti conduco davanti al tanto celebre e mai abbastanza lodato Torso d’Ercole, davanti ad un’opera che, nel suo genere, tocca il culmine della perfezione e deve annoverarsi tra le maggiori creazioni artistiche giunte fino ai tempi nostri. Ma come potrò descriverlo. Se gli mancano le parti più belle e più importanti che la natura ha dato all’uomo? Come d’una meravigliosa quercia abbattuta e spogliata dei rami e delle fronde non rimane che il nudo tronco, così, deturpata e mutilata si vede l’immagine dell’eroe; gli mancano la testa, le braccia, le gambe e la parte superiore del petto. Al primo sguardo forse non ne scorgerai altro che un sasso informe; ma se hai la forza di penetrare nei segreti dell’arte, osservando quest’opera con occhio tranquillo, vi scorgerai un prodigio: Ercole ti apparirà allora come circondato da tutte le sue imprese”.*<sup>9</sup>

Ma non sempre questa evocazione è diretta, legata al periodo ed alla storia che si racconta nel testo d’arte. Parola e figura sono i mondi dell’estetica, e diversamente formano immagini. Dice Foucault

*“Nell’età classica, nulla è dato che non sia dato alla rappresentazione; ma appunto per questo, nessun segno scaturisce, nessuna parola è enunciata, nessun termine e nessuna proposizione mira a un qualche contenuto. Se non in virtù del gioco di una rappresentazione che le è equivalente. Le rappresentazioni non mettono radici in un mondo da cui prenderebbero il loro senso; si aprono da sé su uno spazio che è loro proprio, e la cui nervatura interna dà luogo al senso. E il linguaggio si situa proprio nello scarto che la rappresentazione stabilisce nei riguardi di se stessa”.*<sup>10</sup>

La parola nasce, così, nello scarto della sensazione, nel suo silenzio. Ma anche la figura, che non è copia, come non lo è evidentemente la parola. Parla con il corpo, Merleau Ponty ha bene indicato in questo *parlare* una *estesiologia*, una logica estetica che è comprensione del particolare e nel particolare. Senza trascendere, raggiunge un fine universale come la parola. Due lingue diverse. La sensazione è verticale, l’orizzonte delle cose è un essere poroso, pregnante, fatto di generalità e individualità. Chi guarda questo orizzonte ne è preso, il legame della carne e dell’idea lega il visibile all’ossatura che lo regge, l’invisibile che manifesta mentre nasconde.

Dice Proust nel suo libro-cattedrale che l’ineffabile si dice in una melodia di particolari, come la *‘petite phrase’* il tema centrale di una canzone che torna ad illuminare di dolcezza dopo una breve fuga tumultuosa. Il ritorno indietro nella memoria riporta ad un mare di sensi perduti. La comunicazione avviene senza dire, senza poterne fare scienza, è l’ineffabile, chi ignora il senso non lo riconosce: la musica è solo la musica stessa, una nozione “senza equivalente”; tali sono anche “i concetti della luce, del suono, del rilievo, del piacere fisico, i ricchi doni che rendono vario e adorno il nostro mondo interiore”. L’invisibile che non si lascia staccare dalle apparenze sensibili, ha il pregio di non creare un altro mondo, la logica e la definizione; di lasciare vivere l’idea musicale, l’immagine letteraria, la dialettica dell’amore, le articolazioni della luce, il procedere del tatto. Il mondo è opera ed arte, logica e coerenza fatta di concordanze, corrispondenze, apparenze sostanziali.

---

<sup>8</sup> Mallarmé – *Cronaca di Parigi*

<sup>9</sup> J.J. Winkelmann 1756

<sup>10</sup> M. Foucault 1966

Come s'intende una simile evanescenza? È qui la didattica dell'arte, nella capacità di trasformare un episodio in esperienza del circolo ermeneutico, disegnando con il visitatore un vagare nel labirinto del museo, così da restituire la capacità di assaporare. Perché ogni esperienza è un cammino *percettologico*, una esperienza di tutti i sensi e dell'intelligenza che cerca di prestare attenzione a quel che conta, anche se spesso si lascia distrarre. Una *Estetica razionale*, come dice Maurizio Ferraris. La percezione resta integra, un marchio nella mente, se interessa; nel ricordo si dipanano poi particolari che al momento non erano coscienti.

Merleau Ponty parla di un pensiero selvaggio o verticale <sup>11</sup> in cui è la *cifra* <sup>12</sup> della trascendenza, un monogramma.

Se chi fa didattica del museo ha chiaro questo percorso di base e conosce la centralità dell'educazione estetica nell'educazione alla civiltà, può trasmettere questa ricchezza orchestrando una sinfonia che senza dire indica – se è vero, come diceva Eraclito, che *Il Dio che ha l'oracolo in Delfi non dice e non nasconde ma accenna*, ciò vuol dire che l'esperienza della sapienza, di Apollo, non nasce da una informazione ma dal lasciare che ognuno capisca da sé.

Il curatore della didattica perciò mette insieme il labirinto di immagini in figura ed in parole, ordinandole secondo una logica che suggerisca il conoscere più vero, generato dall'interesse, afferrato personalmente dal fruitore.

A ripercorrere il labirinto la sensazione selvaggia e verticale rilascerà nuove fragranze, protendendosi a nuovi percorsi. La conoscenza estetica è un *theorein* che non è teoria, è vedere con occhi e luce e ombra, è conoscenza per immagini, in figura ed in parole; esperienza percettiva, educabile.

#### **4. Il prodotto estetico rispetta la convergenza di artigianale artistico artefatto**

*“Dall'età classica in poi, commento e critica si oppongono profondamente. Parlando del linguaggio in termini di rappresentazione e di verità, la critica lo giudica e lo profana. Serbandolo il linguaggio nell'irruzione del suo essere e interrogandolo in direzione del suo segreto, il commento si ferma davanti allo scoscendimento del testo preliminare, e assegna a se stesso il compito impossibile, ogni volta rinnovato, di ripeterne in sé la nascita: lo sacralizza”.* <sup>13</sup>

Nel vedere il rapporto della forma con il nostro percepirlo, nel non prendere l'oggetto come un dato imm modificabile, sta lo specifico della conoscenza estetica, evidente nel *design*.

Cogliere il legame profondo che si agita nell'ideare una nuova forma ergonomica, capace di soddisfare il senso estetico e di essere anche maneggevole e rispondente ai gusti del pubblico, sta l'arte del design: che consiste nel non creare *La caffettiera del masochista*. È la divertente espressione di Donald Norman che ipotizza la bellissima caffettiera che ha dalla stessa parte manico e beccuccio - non si versa caffè senza scottarsi. L'artigianale resta nell'artistico, e non solo nel design: è la capacità di cogliere l'oggetto, la tecnica, il materiale, nella sua consistenza che va incorporata alla forma, un tutt'unico. Ed artistico è operare la decostruzione e poi la deframmentazione, come dice Derrida; prima smontare l'oggetto e poi ricomporlo, criticare e costruire nuova forma.

Il design sin dal suo nascere ha dimostrato l'intima convergenza di artigianale, artistico artefatto: che non toglie importanza al livello di qualità della produzione d'arte, come non l'ha mai tolta alle architetture delle città. La capacità di mettersi in linea con il gusto, con la cultura del pubblico, credno chiese che non crollano, non toglie all'arte l'idea di bellezza: ch'è poi solo di alcune.

Considerare ciò che distingue la grande arte è importante nell'estetica, come lo è considerare la contiguità di artigianale, artistico, artefatto, cioè il rilievo delle tecniche nella composizione, nel conseguimento della forma.

---

<sup>11</sup> M. Merleau Ponty, *Visibile e invisibile*

<sup>12</sup> Jaspers

<sup>13</sup> M. Foucault 1966

Conoscere anche le leggi della comunicazione di massa, della cultura del pubblico, significa dare forma ad una idea della bellezza basata sul dialogo con la società contemporanea, con le sue mode e costumi. Significa aver compreso la lezione dell'estetica della ricezione<sup>14</sup>.

La scuola di Costanza ha approfondito il tema della ricezione<sup>15</sup>, fondando su Gadamer, il suo rifiuto dell'arte come mimesi, in quanto trasmutazione in forma; su Blumenberg e la storia degli effetti; sull'estetica marxista, il rispecchiamento di Lukàcs, che lega la grandezza dell'opera alla capacità di riflettere in sé l'epoca che descrive. Non consiste solo dell'apprezzamento dell'attività del lettore, convinzione che era già di tutti gli eclettismi, di Montaigne, Cervantes, Diderot; senza dire che l'ermeneutica propriamente biblica è antica nel mondo occidentale, ebraico, islamico, e che l'idea della varietà delle interpretazioni è altrettanto antica nella letteratura e nel diritto.

Iser ha sottolineato l'importanza di Poe, Baudelaire, Valery, Sartre (*Che cos'è la letteratura* 1948): per Carchia Iser insiste sul microcosmo della risposta, Jauss sul macrocosmo della ricezione – perché l'ermeneutica è un mondo che ha come linea portante l'essere una diversa concezione del conoscere, basata non sulla stabilità ma sulla perenne riapertura dei significati; ma è anche modalità individue di risposta, ognuno apre diversamente la propria possibilità di lasciar giocare la lettura. Eco sottolinea in questo la competenza enciclopedica del lettore, che risponde diversamente a seconda del suo sapere, cambiando nei fatti il testo – chi sa solo leggere l'opera, chi sa chi sia l'autore, nazione, scuola, chi conosce tutta l'opera dell'autore e l'argomento: tre lettori che non leggono allo stesso modo. L'opera dipende dalla ricezione e dalla diffusione: Garin ha fatto la storia del Rinascimento studiando le biblioteche ed i fondi: è una cosa infatti valutare l'importanza di un concetto, altra cosa è coglierne l'effettivo peso nella cultura, attestato dal numero di copie.

L'ermeneutica insiste sul metodo della comprensione, nella linea di Schleiermacher – Gadamer, con i tanti autori analizzati dalla *Storia dell'ermeneutica* di Maurizio Ferraris. Se in Gadamer manca il passaggio ad una prammatica che non sia l'indicazione del tema del gioco, in Jauss invece si esplicita come la comprensione di un'opera sia un dialogo tra presente e passato, che sgorga da una domanda. Il dialogo stacca l'opera dalla consistenza platonica che conserva in Gadamer e accoglie l'idea dell'estetica della negatività di Adorno, la capacità cioè di far sgorgare la fruizione da un corretto uso della critica.

Jauss recupera il godimento come possibilità per valorizzare la prassi estetica esaltandone l'aspetto produttivo – in Kant il sentimento di piacere non diventa godimento per la non creatività dell'immaginario, che fa dell'esperienza estetica un'attività liberatrice. La coscienza come produttività crea il suo mondo, con la *Poiesis* (libertà di vincoli, sapere poetico); la coscienza come ricettività che determina una possibilità di percepire quel mondo diversamente da come si presenta, *Aisthesis* (aspetto ricettivo, deconcettualizzato); culminando nell'intersoggettività che è accordo in un giudizio secondo norme dell'agire dettate dall'opera, *Katharsis* (concetto aristotelico che in Agostino diventa autogodimento della *curiositas*, che spiega il ruolo di persuasione di un discorso - il piacere delle emozioni suscitate dall'arte muta l'animo)<sup>16</sup>.

Se già nell'ottica dei formalisti russi è dal 1916 il carattere d'arte della letteratura a scapito della poesia, la percezione artistica straniamento della quotidiana<sup>17</sup> e Jakobson esalta la cognizione linguistica, estetica: Jauss aggiunge la necessità di uscire dal circolo chiuso produzione - rappresentazione sottolineando il pubblico come

1. rapporto processuale e dialogico come base del rinnovamento letterario
2. perché l'evento letterario è ricezione
3. che fonda in un orizzonte di attesa, ricostruibile, che determina l'efficacia del testo, il rapporto col gusto determina la distanza estetica.

---

<sup>14</sup> H-R. Jauss, *Literaturgeschichte als Provocation* 1967, W. Iser, *Die Appelstruktur* 1970

<sup>15</sup> Teoria della ricezione (a cura di) R.C. Holub, Einaudi 1989

<sup>16</sup> Jauss, *Esperienza estetica, Ermeneutica letteraria*

<sup>17</sup> *Il formalismo russo*, AC M. Bassi, Bompiani 1966

## 5. Musei virtuali

*“La società del mercato nel suo stadio più recente ha espresso il desiderio di mescolare tra loro consumo e spettacolo ... arrivando anche a sfumare i confini tra, lo shopping e le esperienze culturali ed emozionali. Gli stessi grandi centri commerciali sono alla ricerca di significati e di storie da raccontare che li rendano memorabili. Sono i cosiddetti concept store ... servizi di educazione e intrattenimento”*<sup>18</sup>.

Oggi nel museo i modelli del commerciale ed educativo si mescolano, e offrono metodi d'arte a sfere sempre più ampie di persone favorendo tendenze alla conoscenza ed alla creatività, rinegoziando il proprio ruolo con la società cui si dedicano. Le notti bianche dei musei ne sono un chiaro esempio, nel positivo e nel negativo. Perché sono iniziative cui arride un successo di pubblico, ma spesso non la ricaduta né sulla gestione del museo, né sull'incremento di cultura artistica. L'evento spesso non incide sull'educazione artistica, che è data dalla quotidianità, dall'educazione duratura. La frequentazione dei musei deriva da un solido approccio pedagogico, spesso familiare, fatta da appassionati per cui il mercato vale quel che vale.

Le mostre sono un'occasione, che i musei allestiscono per incrementare l'interesse. Basta talvolta lo spostamento delle opere già di proprietà, secondo una logica innovativa, per migliorare la ricezione. Il museo archeologico di Napoli ne dà un esempio in questi giorni con la mostra di Ercolano. Sono un'occasione anche per stimolare la gadgettistica di qualità, un'occasione economica che difficilmente è utile alla gestione del museo ma incentiva l'imprenditoria dell'indotto. Senza dire che cataloghi e libri rendono permanente il criterio di lettura della mostra e sono un sicuro incremento culturale. Haskell (*The Ephemeral Museum*) ha invitato a fare una ricerca sulle mostre, per studiare i criteri di scelta, per incrementare la consapevolezza delle linee guida dei progetti.

I musei nati dalle mostre per collezionisti con funzioni di mercato, che a Roma erano già nella seconda metà del seicento, hanno avuto una svolta decisiva nel 1857, con la mostra di Manchester intitolata *Art Treasures of the UK*, dove il lavoro dell'ultimo secolo nella costruzione dei musei si mostrò capace di sostenere l'esposizione di qualità per il grande pubblico. La mostra di Bruges del 1902 ebbe tra i frequentatori Huizinga; Proust vide il Vermeer della *Veduta di Delft*, raccontato poi nell'episodio della *Recherche* dedicato alla *morte di Bergotte*.

*“L'abitudine a visitare i musei si prende da bambini (da giovanissimi); come l'abitudine a leggere e come la stessa necessità di conoscenza culturale. I valori culturali vengono trasmessi ancora come 2000 anni fa attraverso la mediazione individuale; da genitori a figli, da maestri ad allievi, da persona a persona... secondo un metodo che ancora oggi si può definire socratico; giammai con metodi meccanici. Quindi tempi umani, lunghi, profondi, sempre intrisi di emozioni dirette, di stupori indimenticabili, che lasciano segni indelebili; come i sentimenti”*.

L'UNESCO perciò dal 1987 insiste sul ruolo della *New Museology* ed organizza, a partire , dal congresso di Helsinki, periodi estivi di visite d'arte dedicati alle famiglie ed alle associazioni, nella convinzione che questo possa colmare quel senso di inadeguatezza che è tanta parte della difficoltà alla frequentazione abituale.

Ma tener presente il visitatore, alla luce dell'estetica della ricezione, è il punto su cui insistere. Un esempio; il costo del biglietto d'ingresso non riesce ad essere una adeguata fonte di finanziamento e scoraggia l'utenza locale – quella cui si deve puntare, l'unico nella possibilità di esercitare una frequentazione abituale. Puntare invece sull'ingresso gratuito e sui servizi didattici a pagamento, potrebbe compensare la perdita e stimolare curiosità crescente. Tanto più che *“i musei non possono*

---

<sup>18</sup> Alessandra Mottola Molino, *L'etica dei Musei*. Allemandi, Torino 2004, p. 9

*restare immobili e uguali a se stessi per sempre: il museo è come un organismo vivente che non può restare immutabile*<sup>19</sup>. Si offrirebbero modalità di ricezione innovativa, che potrebbero competere nella società dello spettacolo per l'interattività e la relazione, anche servendosi dei media, come si fa nelle didattiche di educazione estetica di OSCOM, che hanno ripreso esempi dalle esperienze di altri musei, che si sono attivati per tempo nella cura del pubblico, senza rinunciare alle tradizionali ed attente funzioni di tutela. Prima di tutto OSCOM ha editato una serie di giochi di modello *edutainment*<sup>20</sup>, un gioco digitale, cioè, che si colloca tra l'*entertainment* e l'*educational*, perché parlare la lingua dei media vuol dire assumere un tono conversazionale e giocoso che in genere non è quello dell'*educational*, che viene definito spesso *noioso*. Un gioco, digitale o tradizionale, se non interessa viene fruito per forza, e quindi esce dalla prima caratteristica del gioco, quella di essere autotelico, motivato solo da se stesso.

Queste attività sono complementari alle tradizionali in quanto portino, e sappiano farlo, il museo a struttura viva, non solo, come dice Le Goff un documento-monumento, valido per ripensare la storia e la società in una immagine. Occorre fare uno sforzo, insomma, per sottrarlo ad essere un luogo che rischia di parere *un po' tempio un po' cimitero*, come diceva Paul Valéry (*Il problema dei musei*). Delle lapidi di Spoon River c'è chi ha fatto poesia nuova.

"L'*edutainment*... può essere considerato nient'altro che uno specifico modo di apprendere, sostanzialmente complementare e non sostitutivo all'approccio tradizionalmente utilizzato, reso possibile e potenziato dalle tecnologie dell'informazione"<sup>21</sup>. In questa configurazione è certamente il settore dell'*e-learning* che merita di essere considerato più degli altri in tema di educazione estetica e di comunicazione dei beni culturali – il nostro oggetto precipuo. Va detto però che sin dal 1995 negli USA, in Giappone, in Australia, sono tra le metodologie ordinarie dell'istruzione, valide per la costruzione di alcuni testi tra quelli che normalmente si leggono – e quindi occorre anche imparare a scrivere, perché non restino monumenti inattaccabili, come è delle scritture che non si sa decodificare.

L'*edutainment* è anche un valido strumento di formazione in tutti i sensi, in quanto consente un apprendimento delle tecnologie digitali finalizzate ad uno scopo letterario (la costruzione di un testo equilibrato tra contenuti, programmi, immagini, suoni). Questo realizza una educazione ai media che risponde ai criteri corretti, cioè volta all'apprendimento non *della* tecnologia ma *mediante* la tecnologia. Una considerazione che rende questo percorso adatto agli istituti tecnici, per correggerne la sopravvalutazione della tecnica, ed agli umanistici, dove porta una corretta esplorazione della tecnologia dei media. Non si deve dimenticare che anche guardando le cose dal punto di vista della professionalizzazione, raccomandata a tutte le istituzioni di formazione, avere esperienze riguardo a questi testi del mondo dell'informazione e della comunicazione significa accedere, dal giusto punto di vista culturale, ad un mondo dove si produce la maggiore ricchezza mondiale nel terzo millennio. Educare con gli *edutainment* è una didattica specifica che OSCOM ha elaborato<sup>22</sup> con metodologie di creazione e di screening dell'esistente; ha metodologie che vanno attuate con cura ed in rete, registrando le maggiori e minori risposdenze dei metodi ai pubblici ed al progresso dei media. Il muoversi in un campo nuovo, non è da identificare come il muoversi in una nuova stabilità. I progressi tecnologici lasciano pensare ad un futuro bisogno di adattamento anche per le metodologie più innovative; una didattica si stabilisce su solide basi quando ha in sé gli strumenti per correggere i programmi ed evolversi, mettendo ogni tutor a conoscenza delle nuove elaborazioni correttive che altri attuino.

---

<sup>19</sup> Ivi, p. 18-26.

<sup>20</sup> U.Carughi-R.Panebianco, *Il cantiere di Sant'Aniello a Caponapoli*, OSCOM, Napoli 2005 – un modello professionale, costruito da un dirigente della Soprintendenza paesaggistica e da una ditta specializzata nel settore; diversi modelli didattici, costruiti nelle scuole dalle Commissioni OSCOM, nel CdROM accluso al *Manuale di Ludodidattica dei media*, Graus, Napoli 2003.

<sup>21</sup> P.A.Valentino, M.R. Delli Quadri, *Cultura in Gioco. Le nuove frontiere dei musei. Didattica e industria culturale nell'era dell'interattività*, Giunti, Firenze Milano 2004, p. 493.

<sup>22</sup> *Ambiente media*, Graus, Napoli 2004.

L'*edutainment* può avere forma di videogioco, con l'organizzazione di quiz su materie di studio o di cultura; può avere l'aspetto di una Passeggiata architettonica, guidando con un esperto il passeggiatore tra i monumenti, facendoli parlare e stimolando ad una visita reale alla città o museo di cui si parla. Il settore del Louvre che si dedica a dare queste suggestioni ai visitatori virtuali è sempre quello delle cosiddette *Azioni Educative*, [www.louvre.edu](http://www.louvre.edu), aiuta ad identificare le collezioni, fa entrare nella biblioteca; con calma, nello studio di casa, in classe, si può programmare un percorso ideale fondato su di una scelta consapevole ed un approfondimento preventivo, che darà alla visita poi un assetto completamente diverso.

Il British Museum anche ha una rete invidiabile di servizi didattici che si possono vedere nel sito [www.thebritishmuseum.ac.uk/compass](http://www.thebritishmuseum.ac.uk/compass), che comprendono visite *EyeOpeners* (veri e propri laboratori d'immagine) e i progetti *Families*, che ambientano l'educazione estetica nel luogo più propizio; si tratta di una educazione a forte componente emotiva e condivisa – poter contare sull'effetto moltiplicatore, sull'eco, di un apprendimento comune, è certamente una idea intelligente, molto coerente con l'argomento su cui si vuole educare. Altro progetto è quello che entra direttamente nei programmi scolastici veri e propri. Ma il British si diletta anche in pionieristiche attrazioni, che fanno certamente inorridire i nostri curatori di museo, e stupiscono anche i meno rigidi: praticano attività esterne al museo per attrarre i visitatori, tipo rappresentazioni in costume di Romani e Cartaginesi, in costume, nelle vicinanze del Museo, per rimandare al ricco deposito di antichità contenute nel Museo: è il progetto *Illumination World Culture*. L'autorevolezza della fonte spinga a riflettere; far entrare in un documentario, non è forse la strada giusta per destare interesse?

Del pari, ma con meno *cartoons taste*, il *Victoria and Albert Museum* (quello con gli antichi modellini dei monumenti classici: coltivare il gusto del pubblico è una tradizione seria di questi musei – che ha avuto successo pieno) ha allestito la storia della regina Vittoria. Una storia ben nota, molto raccontata, che consente arabeschi personali di approfondimento in ogni dove. Per reperire elementi della storia nelle loro fonti originali, sono state allestite le *aree della scoperta*, le sale studio, nonché i *chioschi interattivi* – programmi digitali che consentono di scegliere un'ambientazione, di movimentarla, di stamparne una foto, oltre che di approfondire questo e quello di arredamenti e quant'altro. Il *Reminiscenze programme: Brand Old Brand New*, completa questa storia dei regnanti che furono, con quella più modesta dei nonni, che completa la visione della società di un tempo e allaccia il rapporto fra le generazioni. Chi vuole, può anche scattare una foto di sé con il capolavoro preferito, modificarla con programmi professionali, opportunamente semplificati per l'uso; farne il più bel poster da portar via dal Museo. Davvero mirabile, poi, e suggestivo, che vi siano programmi fatti apposta per i portatori di handicap e per le minoranze etniche – quest'ultimo cenno è molto interessante; centra un ganglio della comprensione fra i popoli della massima importanza, l'arte ha dalla sua questo linguaggio universale che fa dell'educazione estetica una cosa importantissima e sottovalutata: un'educazione alla civiltà.

Il Metropolitan, a New York, accoglie chi entra la prima volta con *HelloMet!*, un documentario sulle collezioni presenti nel Museo. Spesso il visitatore non coglie questo aspetto, invece importante per capire; soprattutto per lo sguardo sul collezionista, che apre altri squarci alla comprensione delle immagini, che parlano solo se interrogate con un minimo di competenza. Aspetto storico che subito si contempera nel *Look again*, dove invece l'attenzione si rivolge alle connessioni interculturali; per cadere poi nel pieno della modernità con i *Power Figures* dove esplicitamente giungono i fumetti, coi super eroi, che vengono comparati ai vari Troy ed Ercole della storia. *A closer look* è invece la storia narrata coi quadri<sup>23</sup>: un suggerimento importante, preso forse dai cantastorie, che oggi è certo la base dei documentari. Ma l'interessante del progetto è, ovviamente, l'interattività, la costruzione di un testo nuovo ed originale, invitando all'azione i visitatori del museo. Un elemento trainante che qualifica l'attività di comunicazione, consiste infatti nel togliere lo spettatore al suo ruolo di

---

<sup>23</sup> Sul testo d'arte come cultura cfr. André Malraux *Il museo dei musei*, Mondadori, Milano 1959.

spettatore. Senza modificare questo ruolo, non si capisce perché una messa in scena moderna, casomai poco artistica, dovrebbe risultare migliore di un quadro d'autore.

Tutta questa attività dei musei stranieri è favorita dalle disposizioni di legge, che danno largo spazio ai *curators of art*, alla didattica nelle sue diverse attività. Invece la legge Ronchey, che raccomandava di curare i *servizi aggiuntivi* capaci di incrementare la frequentazione, e soprattutto staccarla dalla sua tendenza ad essere feticistica<sup>24</sup>, è insufficiente a garantire una analoga, rigogliosa attività di immaginazione: soprattutto perché la legge riguarda solo i musei nazionali, che erano nel 2004 solo 271 contro 938 gestiti dalle amministrazioni locali – dato probabilmente superato dalla progressiva crescita delle autonomie locali nel settore. Lo sviluppo di queste attività non codificato per i musei locali, dove il compito viene affidato di volta in volta ad imprese private. Sarebbe un ottimo sistema, capace anche di attivare l'imprenditoria di settore, se adeguatamente sviluppato. Il difetto però è nella mancata metodologia di didattiche appropriate e paradigmatiche, che porta spesso ad improvvisare, anche i programmatori dotati di ottime intenzioni. Nessuna infatti delle professioni che vengono ritenute adatte alla gestione dei musei, e meno ancora ovviamente quelle delle attività private, gode di preparazioni pedagogiche. Inoltre la scarsa produzione di ricerca in tema di pedagogia museale non aiuta l'autodidattismo a superare l'ignoranza con una bibliografia efficace. Il risultato è che queste attività restano necessariamente legate alla buona volontà ed all'improvvisazione. Matematicamente, non resta che confidare nella speranza, specie nella situazione in cui la definizione larga di *beni culturali* affidata ai settori della Grande Arte<sup>25</sup> rischia di far passare un'ottica del tutto commerciale, visto che la gran parte delle disposizioni di legge in tema di cura del pubblico riguardano il ristoro e altre simili produzioni legate solo al benessere dei visitatori<sup>26</sup>. Se resta distanza tra la fruizione, la didattica e la gestione del museo, si rischia una *messa a reddito*<sup>27</sup> che contraddice intimamente la funzione del museo e soprattutto il suo ruolo educativo, che mal si presta a conflitti d'interesse e beghe che facilmente compromettono la libera ideazione e realizzazione di progetti.

Una speranza per altro ben fondata, grazie alla qualità delle persone che scelgono di dedicare la propria attenzione ai modelli dell'arte. Citiamo in proposito il Museo dei Ragazzi di Firenze, che ovvia alla carenza istituzionale con una rete tra i musei coinvolgendoli nella propria attività di *Emozioni da Museo, Museo dei ragazzi 8-88, Palazzo Vecchio segreto*<sup>28</sup>. Oppure *Esplora*, museo italiano privato per bambini, aperto con sostegno del Comune di Roma il 9.5.2001, collegato ad altri 300 nel mondo, fondato sul principio: *pregasi toccare*; conferenze e corsi di formazione nel giorno di chiusura allacciano il rapporto con l'istituto di psicologia dell'università e il comune<sup>29</sup>.

Non dubitiamo che gli esempi si potrebbero moltiplicare anche altrove, ci scusiamo per la breve notizia – che ci si augura sia uno stimolo a redigere il quadro – atta solo a tratteggiare una situazione su cui è opportuno intervenire, da parte della ricerca (come qui si fa) e da parte delle istituzioni legislative e museali.

## 6. Musei Oggi

Tra le grandi mutazioni dei musei virtuali va considerato, oltre al ruolo dei singoli apparati tecnologici che possono facilitare la fruizione del museo, oltre i modelli di veri e propri musei virtuali, come il MAV di Ercolano, anche il museo errante, il *Wandering Museum*, che sposta l'*organismo vivente*<sup>30</sup> Museo fuori del chiuso di una sede per stendersi al territorio, nella forma del

---

<sup>24</sup> Valentino - Delli Quadri, p. 353

<sup>25</sup> C. Laneve, *Pedagogia dei beni culturali*, Brescia 2000.

<sup>26</sup> S. Settis *Italia Spa. L'assalto al patrimonio culturale*, Torino 2002

<sup>27</sup> Valentino – Delli Quadri, p. 355

<sup>28</sup> P. Pacetti, *Quando il museo propone educazione e diletto*, M. Stokowski, *Edutainment al Castello di Malbork*. ivi.

<sup>29</sup> D. Vaturi, ivi, p. 415.

<sup>30</sup> Mottola Molfino, cit., p. 26.

parco virtuale. È una nuova forma di organizzazione che prevede la possibilità di spostamenti, di accorpamenti fatti di rete e non di edifici; una sorta di incontro tra la cura e tutela del bene e la sua promozione attraverso metodologie da *tour operator*.

Si tratta di una innovazione che viene incontro, anche per la mobilità delle reti, all'esigenza d'oggi di coniugare fantasia e realtà. Mettendo in rete i musei locali, *Città della scienza* a Napoli, *Città della cultura* in Umbria, cataloghi generali possono allacciare percorsi di rete capaci di unità e di novità tra elementi autonomi. La differenza dai *tour operator* è ovviamente nella gestione culturale della rete, capace di dare vita ad immagini unitarie dei tratti territoriali. Una educazione estetica adatta a quella che McLuhan ha chiamato era elettrica, dove l'approccio globale dell'artista (anche architetto) che il tour ripete, può essere anche più suggestiva di una serie di capolavori omogenei, che nella sequenza danno quella che viene chiamata sindrome di Stendhal, l'impossibilità a recepire correttamente troppe emozioni estetiche di fila, con effetto anestetizzante o comunque falsante.

Anche nel museo itinerante il museo deve restare quello definito dall'UNESCO ICOM: *"un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e dello sviluppo, aperta al pubblico, che ha come obiettivo l'acquisizione, la conservazione, la ricerca la comunicazione e l'esposizione per scopi di studio, di educazione e di diletto, delle testimonianze materiali dell'umanità e dell'ambiente"* <sup>31</sup>. Il sistema parco non crea edifici ma attiva gli oggetti della memoria si attivano anche per renderli compatibili con il mondo dei media. Il corretto allestimento di una filiera dei media per l'educazione estetica è un discorso importante, ma da rimandare.

In questo museo più vasto, sono molte le direzioni che potrebbero aggiungersi alle tradizionali, anche prima di ragionare delle potenzialità del virtuale. Sia nelle stanze del museo che in questi ambienti sopra territoriali conta la possibilità di intendere le esperienze in modi diversi, con una educazione percettologica, che bada al corpo nella sua integralità come ricezione, interpretazione, comunicazione. La didattica museale come educazione percettiva non si ferma perciò ad educare all'arte, ma educa attraverso l'arte, collega opere in cui gestualità e mode fanno comparire convergenze e divergenze in laboratori di osservazione e produzione. Una semiotica speciale è quella che spiega la lettura dei gesti – anche nelle opere d'arte – come segni profondi (Chomsky) che costruiscono un sistema (Eco). L'educazione psicomotoria ne ricava una competenza teorica che nel laboratorio diviene pratica in un contatto con l'intero dominio dell'educazione, in cui sviluppa emotività, creatività e conoscenza analogica, sia in età infantile che adulta. L'antropologia del gesto (M. Jousse) insegna ad osservare ed agire, realizzando l'educazione estetica nella sua importanza centrale, affermata da Alain nel *Système des Beaux Art*, Paris 1926 <sup>32</sup>.

*"Un comportamento estetico inteso non solo nel ristretto ambito dell'arte ma come modo di essere e di pensare, che non si limiti ad una forma pragmatica dell'esistenza ma valorizzi anche il gusto di essere e di manifestarsi, l'eleganza del comportamento esteriore e la sensibilità di quello interiore, da dunque parte.. di quell'organica totalità della persona a cui dovrebbero mirare lo sforzo educativo e l'impegno pedagogico"* <sup>33</sup>.

Metodi ludiformi sono stati consigliati da Visalberghi, e realizzati da molte scuole attive, su cui varrebbe la pena di riportare l'attenzione dei docenti e degli studiosi, come dei curatori delle

---

<sup>31</sup> Mottola Molfino, cit., p. 171, p. 174

<sup>32</sup> Oltre che da Dewey, Collingwood ecc., gli autori già citati nel corso. G.M.Bertin, *L'ideale estetico*, Fi 1974 - oltre che dal grande poeta R. Tagore *Antologia di scritti pedagogici* Brescia 1975 (cfr. G. Ottonello Tagore principi educativi e scuole nuove in Oriente, Roma 1977), da J.Maritain, *L'intuizione creativa nell'arte e nella poesia*, Brescia 1983 . cfr. anche *La creatività* in Barron, *Creatività e libertà della persona*, Astrolabio Roma 1972 V.Rubini, *La creatività* Firenze 1980

<sup>33</sup> G:Chiari, A.Sebastiani, ML Tironi, G.Zanetti, GL. Zucchini, *Il corpo racconta. Psicomotricità, comunicazione teatralità, linguaggio*, La Scuola 1988, p. 27

didattiche museali. Oggi tutto ciò si potenzia con i media e con l'utilizzo degli strumenti del virtuale, senza trascurare le tradizionali cure del linguaggio letterario artistico e scientifico.

I Beni culturali non sono la cultura in se stessi; lo è la coscienza che se ne ha. Si possono avere pochi beni e grande cultura e viceversa. Nelle regioni meridionali incrementare la frequentazioni dei musei deve essere una preoccupazione del funzionario preposto alla cura e promozione - il museo di per sé acquisisce oggetti a scopo di studio e li rende disponibili come servizio pubblico con raccolte non sempre aperte al pubblico. I criteri spesi sono occasionali, diversamente dalle collezioni che a volte sono state il primo nucleo di un museo.

Nella nozione di bene culturale (commissione Franceschini e poi Papaldo) si precisa che non “è in nessun modo sinonima di ‘monumenti’ ma di ‘cose d’interesse artistico o storico’ “. Nella legge del 39 si definisce il bene culturale come “un oggetto affatto differente, che include anche i monumenti, le cose e quanto altro assoggettabile a vincolo di tutela, ma non si esaurisce né materialmente né concettualmente nella loro somma... l'accettazione del concetto di bene culturale significa una intelligenza di valori non selettiva ma estensiva, perché non più limitata agli episodi di eccellenza estetica, ma comprensiva di tutte le testimonianze delle passate civiltà”.

L'ampliamento al bene paesaggistico e ambientale rivaluta la cultura e la storia e consente l'attributo demografico, presente già nel '39. Da questo deriva una funzione di educazione ecologica, o meglio noologica, come precisiamo nella seconda parte, sulla base della teoria dei sistemi <sup>34</sup> che aiuta a considerare in modo integrale la civiltà dei luoghi. La cura dell'ambiente ecologico, del territorio geografico e urbanistico, del paesaggio storico artistico e visuale possono essere considerati nel quadro della didattica museale ad opera di enti interessati a territori specifici e all'educazione in genere nel modello è quello dei **parchi della cultura**, che possono essere territoriali o anche virtuali: perché conta come *gestione del bene – ogni attività diretta... ad assicurare la fruizione... concorrendo al perseguimento della finalità di tutela e valorizzazione*” art 148 d l. 111/98. Se “per Valorizzazione va intesa ogni attività diretta a migliorare le condizioni di conoscenza e conservazione dei beni culturali e ambientali e ad incrementarne la fruizione – mentre Tutela è la diffusione della conoscenza con i mezzi di comunicazione, in collaborazione con università, attività didattiche, mostre, eventi, itinerari culturali <sup>35</sup>

Si tratta di un modello di educazione, riconosciuto dalle scuole sin dai programmi del 1955, praticato da scuole attive (Mario Lodi, Don Milani) che dovrebbe convergere in una **filosofia dell'ambiente** <sup>36</sup> che ricostruisca l'*onion skin* del territorio, unitamente alla coscienza del valore di civiltà dell'educazione estetica.

---

<sup>34</sup> F.E. Emery *La teoria dei sistemi* Angeli 1974

<sup>35</sup> Massimo Montella, *Musei e beni culturali. Verso un modello di governance*, Electa, Milano 2003, p. 30-51.

<sup>36</sup> Gian Luigi Zucchini, *Educare all'ambiente, Una lettura didattica dei beni naturali e culturali* La Nuova Italia 1990, p. 12