

## I musei di storia naturale



Quando il nostro Comitato Editoriale ha deciso di “mettere in lavorazione” il numero monografico di “Natura & Montagna” dedicato ai Musei di Storia Naturale (o di Scienze Naturali) immaginavamo tutti di intraprendere un cammino laborioso ma tutto sommato tranquillo. Gli articoli pervenuti sono man mano apparsi invece come delle straordinarie conversazioni “a distanza”, storiche e scientifiche, arrivando fino a riflessioni multisensoriali sulla fragilità del presente e sul suo rapporto col passato. Con posizioni però contrastanti, anche vivacemente contrastanti, e soluzioni attuate, o da attuare, molto diverse l’una dall’altra. I temi sono ovunque gli stessi, ma non c’è un modo di pensare

omologato: le certezze, che forse (forse) c’erano nel passato, sono in buona misura naufragate.

Riferimento comune – specie per le strutture di più antica origine – è la volontà di rimanere attuali nella contemporaneità pur senza perdere quel bagaglio di valori che oggi sembra a volte aver smarrito aderenza (all’attualità) ed appetibilità. Si teme – sempre – l’incapacità comunicativa, si cercano risposte sempre nuove e si finisce – a volte – dentro un processo sempre più estremo di riduzione della complessità e con una retorica della semplicità che ha qualcosa di straniante. Si rischia di flirtare così con una forma variamente evoluta della banalità, cercando rifugio nell’ambiente digitale, con materializzazione di nuove pagine social, webinar e laboratori interattivi.

Gli articoli che leggerete muovono dalle origini dei musei naturalistici, attraverso le figure mitiche di Ulisse Aldrovandi (il grande scienziato bolognese che “compie” proprio quest’anno 500 anni), di Ferdinando Cospì, di Luigi Ferdinando Marsili e del precursore di tutto, il farmacista veronese Francesco Calzolari. Partendo, anche, dalle loro stupefacenti Wunderkammer, vere “camere delle meraviglie”, di cui purtroppo è rimasto ben poco, ispirate alla contaminazione di naturalia e mirabilia. Con loro appaiono in formazione e già in sintesi saperi molto diversi: oggi diremmo scienza della terra, scienze sociali, biologia evolutiva, archeologia... E diventa, così, chiaro quanto apparisse già allora importante intendere la scienza non come un sottosectore della società accessibile solo agli esperti ma come parte di una cultura comune e basata sulla conoscenza, quella che era inaccessibile, incomprensibile o semplicemente inesistente. Le strutture del sapere, appena nate, trattando i singoli argomenti in modo sistematico ma non astratto, già cambiavano la percezione che gli esseri umani avevano di se stessi, avvicinando un sempre maggior numero di persone alla cultura scientifica.

Gli interventi successivi si riferiscono ad alcuni fra i più grandi musei naturalistici europei (Berlino, Londra) ed a musei italiani (Trento, Ferrara, Milano, Napoli). Leggerli in successione porrà il lettore di fronte a racconti avvincenti e anche sorprendenti, viste le situazioni assai diversificate che descrivono. Anche a fronte quindi di attività “di base” sostanzialmente sovrapponibili: didattica-comunicazione, ricerca, conservazione dei reperti. Con un altro valore fondamentale e variamente affrontato: la trasmissione della cultura del territorio, l’analisi del patrimonio naturalistico della regione di cui fanno parte e sfruttando la naturale sinergia con altre realtà territoriali come parchi, riserve, orti botanici. Insomma il contesto territoriale in cui il museo è inserito: in corsa per svolgere quindi un ruolo di comunicazione ed educazione alla scienza ed all’ambiente che lo circonda, fino alla tutela e valorizzazione della biodiversità. “Musei globali” per la scienza e la società, essi stessi archivi di biodiversità, con studi sempre più approfonditi sui cambiamenti evolutivi e sui processi che li governano. Natura, territori e società, quindi: una rete complessa di relazioni tra oggetti, luoghi e persone.

Dietro, in agguato, c’è il tema del numero di ingressi, della bigliettazione, quella che oscilla dai



circa cinque milioni l'anno di Londra agli ottocentomila di Berlino fino a numeri spesso molto inferiori per le realtà italiane. Ma la prima chiave di lettura è proprio questa: i visitatori devono essere, in un modo o nell'altro, quanto più numerosi è possibile. E, per far questo, pur informando e interessando il pubblico alle raccolte e alle tematiche di ricerca, i musei devono essere quanto più possibile piacevoli e accattivanti: *client friendly*, in definitiva. Anzitutto per i giovani, i giovanissimi e le scolaresche, che – nelle sale dei musei più grandi – fanno spesso come dei *flashmob*, di solito senza disturbo all'ordine di nessuna natura. Ma anche per gli *agées*, per carità, che pretendono spesso “solo” di essere interessati ed informati.

Non si tratta – si ritiene – di diventare cercatori d'oro di quel particolare west che si chiama marketing, ma bisogna comunque mettere in campo tecniche in grado di rendere il singolo museo davvero *client friendly*. Le “tecniche” utilizzate a questo scopo sono molto varie e i nostri lettori scopriranno le tipologie museografiche più utilizzate, basate – in un modo o nell'altro – anzitutto su percorsi espositivi multidisciplinari ed attrezzati.

Ci sono diorami, allestiti per illustrare i principali biomi del pianeta e destinati a fornire un'immagine della natura non semplificata ma piuttosto ricca delle complesse interazioni fra gli organismi di un determinato ecosistema. Ci sono proposte dal ruolo preminente di didattica-comunicazione dal carattere marcatamente interattivo che intendono prima sollecitare stupore e ammirazione, specie nei visitatori più giovani, e poi soddisfazione per i risultati ottenuti (“da ohhh a ahhh”). Ci sono modelli realizzati con tecnologie animatroniche, quelle che conferiscono loro autonomia di movimento, attraverso l'uso di componenti elettronici e robotici. E ci sono, naturalmente, correnti più tradizionali che privilegiano la raccolta e l'esposizione “sistematica” dei reperti. Con sforamenti verso un uso più disinvolto dei materiali museali, nel timore di non essere “abbastanza contemporanei” e immaginando di avventurarsi sull'inedito, sul libro che nessuno aveva scritto.

Il nostro approccio, un po' disorientato, davanti a tutto questo è come quello del vecchio caro Baudelaire nel folgorante incipit di “Correspondances” (uno dei manifesti della poetica simbolista, nella prima parte – *Spleen et Idéal* – de “*Les Fleurs du Mal*”), dove la natura è vista come un tempio vivente, una foresta di simboli: “...la natura è un tempio dove colonne viventi mormorano a volte parole confuse, l'uomo le attraversa come una foresta di simboli...”. Sono dispositivi complessi, capaci di articolare piani diversi e sono la nostra anima comune, la nostra identità collettiva. Ma sono anche tecnologie subito obsolete, che invitano a riflettere sul futuro e a ripensare tutela e ricerca, conservazione ed esposizione, piacere ed educazione.

Un discorso a parte viene portato avanti per i musei minori tematici, spesso di grande interesse e molto attivi (“piccoli musei crescono”), i cui problemi sono anche di continuità ed affidabilità, di collocazione e di forme collaborative. Sono tanti, sono il basso continuo museale del nostro territorio. Richiedono idee innovative e coraggiose: come i moderni giardini e parchi zoologici, diventati – nei nuovi scenari – una sorta di diorami viventi, nel loro ricostruire, attraverso misure ostensive, con precisione ambienti basati su “conoscenze scientifiche e salda etica ambientale” (Gippoliti).

Il Museo, secondo la più recente e “ufficiale” definizione dell'ICOM (International Council of Museums, Praga 2022), è “un'istituzione permanente senza scopo di lucro e al servizio della società, che effettua ricerche, colleziona, conserva, interpreta ed espone... offrendo esperienze diversificate per l'educazione, il piacere, la riflessione e la condivisione di conoscenze”. Ecco: i lettori potranno avere – o essersi fatta – ciascuno la propria idea, ma la definizione dell'ICOM sembra escludere tout-court che i nostri musei si trasformino in mall per l'intrattenimento e il profitto o in più banali “scatole ludiche per svago e leggero apprendimento” (Pinna). I musei non possono fare commercio del passato, non possono vendere nessun brand, non sono templi del mercato ma luoghi fatti per educare alla complessità.

Questa è l'idea dell'ICOM, accurata e consapevole. Ma siamo in un mare aperto e fra sequenze inafferrabili: la vostra idea, qual è?

Elio Garzillo

