

Zeitschrift: Bündner Schulblatt = Bollettino scolastico grigione = Fegl scolastic
grischun

Herausgeber: Lehrpersonen Graubünden

Band: 75 (2013)

Heft: 2: Schule im Museum

Rubrik: Pagina Grigionitaliana

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Una giornata al museo

DI GERRY MOTTIS

Alcuni anni fa usciva nelle sale cinematografiche un film americano, una commedia storica intitolata «Una notte al museo». La storia ruotava attorno ad un guardiano notturno che si trovava intrappolato in un museo che prendeva improvvisamente vita fino all'alba, intrecciando vicende umane e storiche, soprattutto americane, tra tutti i protagonisti delle varie epoche. La pellicola ha avuto un tale successo da essere seguita dopo pochi anni da «Una notte al museo 2».

Lo spunto della mia riflessione di oggi si affida proprio a questo film, non tanto per gli intrecci, quanto per l'idea del «dare vita» ad un museo.

Nell'immaginario collettivo – credo – il museo rappresenta ancora oggi quel luogo solenne e sinistro, quasi uno scrigno sacro, che racchiude storie e storia locale, nazionale e internazionale, per pochi eletti, i pochi conoscitori eruditi che si dedicano all'arte e alla cultura, come un buon artigiano si affida al legno, al metallo o alla pietra.

Non c'è dunque da meravigliarsi, se alle nostre latitudini anche i nostri giovani non abbiano mai trascorso (o rarissime volte) una giornata al museo. Cosa fare allora per rendere i musei più attrattivi? Cosa fare per «dare vita» agli eventi storici della nostra epoca o di epoche passate?

Chi di voi avrà avuto la fortuna di visitare i più grandi musei del mondo (e cito solamente il Louvre di Parigi, i Palazzi Vaticani con la Cappella Sistina, l'*Hermitage* di San Pietroburgo) si sarà probabilmente sentito quasi schiacciare dal «peso» di tanta cultura, tanta arte, tanta storia raccolta dentro poche mura supercustodite. Fa proprio quell'effetto: la cultura pesa,

stanca; e sarà forse per questo che in questi musei in ogni sala vi sono moltitudini di sedie, poltroncine o addirittura divanetti (e non ditemi che si trovano in quei locali per osservare meglio le opere frontalmente...).

Si oppongono ai supermusei quelli di periferia, oppure quelli provinciali o di paese: piccole perle che a volte presentano delle vere e proprie «chicche», delle opere d'arte apprezzate dal grande pubblico di mediocri conoscitori.

Sempre più spesso, poi, si assiste ad un fenomeno della «spettacolarizzazione» o del «*divertissement*» che sembra essere sempre più gradito, soprattutto dai giovani. Come un vero prodotto di *marketing*, i musei in erba fioriscono e trovano consensi, soprattutto dagli ambienti scolastici. I *musei-fai-da-te* oppure I *musei-prova-e-gioca* sono l'ultima trovata per favorire le giornate di visita museale. E se il prodotto funziona, cioè «si vende bene», allora non si cambia. La novità sta dunque nella sperimentazione e nell'interazione: i ragazzi e le ragazze in età scolastica devono poter provare, pitturare, odorare, tastare, stringere, cantare ecc., ma soprattutto devono poter divertirsi! Se non si divertono, non apprendono! O, meglio, restano del tutto indifferenti al *prodotto-museo*.

Da un lato questa strategia è interessante, soprattutto se riesce ad avvicinare i giovani all'arte e alla cultura, se riesce a catturare la loro attenzione (già così precaria), se riesce a catalizzare per un paio d'ore il loro



interesse su contenuti apparentemente distanti e indecifrabili.

D'altro canto, però, pare che anche la cultura si stia piegando inesorabilmente alle leggi del mercato, dell'*usa-e-getta*, del *consuma-velocemente-divertendoti* e poi chissà...

In ogni modo, mi rendo conto quanto sia difficile in un'epoca virtuale, adoperarsi ancora per trasmettere il piacere e il gusto del reale, dell'estetica, del bello. Ma che cos'è, in fondo, il bello oggi? C'è proprio da interrogarsi anche su questo aspetto, sempre che abbia ancora senso parlarne...