

MalpensaNews

Al MaGa di Gallarate si parla di museologia

Stefania Radman · Monday, January 24th, 2022

Profilazione, percorsi su misura, performance inclusive, legami con gli stakeholder del territorio in grado di contribuire alla “crescita sostenibile”, per entrare nella dimensione quotidiana dei cittadini e Museum Social Responsibility (MSR) come principale strumento di cui le Istituzioni culturali dovranno dotarsi per affrontare le sfide imposte dal post Covid19.

Saranno queste alcune delle tematiche al centro de “**La museologia del presente**”, **lectio magistralis** dedicata ai nuovi orizzonti di teatri e musei chiamati a reinventarsi in seguito alla pandemia che si terrà mercoledì 26 gennaio alle 17 al **MA*GA di Gallarate** (via Egidio de Magri 1).

In cattedra il museologo, critico, storico dell’arte, specialista in valorizzazione e gestione museale e in marketing non convenzionale **Maurizio Vanni** insieme al direttore di Palazzo Reale e del Polo Mostre e Musei Scientifici di Milano **Domenico Piraina**, autori del volume “**La Nuova Museologia: le nuove opportunità nell’incertezza. Verso uno sviluppo sostenibile**” (Celid Edizioni, 2020) che sarà presentato nell’occasione (ingresso libero, corso certificato e riconosciuto dal MIUR valido per l’aggiornamento obbligatorio docenti, info: www.museomaga.it). Ad introdurli sarà la direttrice del museo **Emma Zanella** (ingresso libero).

L’evento, che sarà anche trasmesso in diretta Facebook sulla pagina del museo, è realizzato in collaborazione con il Liceo Artistico Frattini di Varese, è particolarmente indicato per il personale docente, per cui si rilascia attestato di partecipazione, e per gli studenti del settore artistico/museale. L’attestato è spendibile nell’ambito delle attività di formazione e aggiornamento.

«Se vogliamo rimettere l’individuo al centro – dichiara **Maurizio Vanni**, curatore di oltre 700 eventi tra mostre e progetti museali in 30 paesi del mondo – la scelta consapevole di una progettualità etica e responsabile finalizzata al bene comune sarà una tappa obbligata. I musei diventano, perciò, luoghi di interesse pubblico che si rivolgono a tutta società, ovvero al pubblico generico, ma anche al contesto sociale (associazioni di volontariato, imprese sociali e del terzo settore) e ambientale, allo scenario formativo, agli stakeholder e alle associazioni di categoria, ricoprendo un ruolo determinante nello sviluppo dei legami, nella coesione sociale e nella riflessione sulle identità collettive proprio all’indomani della pandemia».

La Convenzione di Faro afferma il diritto all’Eredità culturale da parte di tutti i cittadini e invita i paesi sottoscrittori a promuovere azioni per migliorare l’accesso al patrimonio culturale. «Azioni – sottolinea l’autore – che possiamo tradurre con offerte culturali tailor made in grado di coinvolgere anche chi è più lontano dalle istituzioni culturali».

Tenendo in mente l'obiettivo della sostenibilità. «Per un museo – prosegue Vanni – è il fine a cui tendere per raggiungere l'equilibrio tra le quattro dimensioni che ne fanno parte: economica, sociale, ambientale e del benessere. Il museo che desidera percorrere la strada della MSR deve consolidare le relazioni con il territorio e in particolar modo rafforzare il network con il contesto sociale in cui opera».

«La vera ricchezza del Museo – sottolinea **Domenico Piraina** – non risiede soltanto nelle proprie collezioni, ma soprattutto nei visitatori che, portatori di un proprio vissuto personale e culturale, arricchiscono di significato e di senso il patrimonio culturale. Mai i visitatori devono essere visti come consumatori ma sempre come produttori di senso e, questo, contribuisce ad arricchire la visione pluralistica del patrimonio che è la realizzazione di una effettiva democrazia culturale».

«Sono quattro i segmenti di pubblico prioritari, da attrarre e fidelizzare attraverso proposte originali e differenziate: diversamente abili (persone con disagi o patologie fisiche o mentali), terza età, famiglie con bambini e adolescenti», aggiunge Vanni.

La chiave è «Far entrare l'esperienza museo nella loro quotidianità. A prescindere dai servizi (ristorante, caffetteria, bookshop, giftshop, sale laboratoriali permanenti e zone lounge) utilissimi per stimolare una frequentazione regolare, funzionano le proposte culturali supportate da performance teatrali e musicali. Ogni visita guidata diventa un piccolo spettacolo a tema, facilmente comprensibile e divulgativo, in grado di meravigliare, stupire ed emozionare generazioni diverse di pubblico, sollecitando benessere interiore, energia positiva e buonumore nei presenti. La condivisione delle emozioni, del bene comune e del bene relazionale permette di connettere persone dallo stesso stile di vita. Adesso il museo è veramente di tutti», conclude Vanni.

This entry was posted on Monday, January 24th, 2022 at 11:40 am and is filed under [News](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.