



The New Historical Method

Genius Loci – Spirito del luogo

Applicazione pratica di un antico sapere

Dr. Roberta Rio

Informazioni sull'articolo

Genius Loci – Spirito del luogo
pubblicato su *Rassegna
storiografica del decennale*
(curatore Pozzoni), Limina
Mentis Editore

©2020 Dr. Roberta Rio
Tutti i diritti riservati

Parole chiave

Genius Loci
Spirito del luogo
Daimon
Core
Turismo
Autenticità
Sviluppo consapevole

Sinossi

Ogni luogo sulla Terra è dotato di caratteristiche proprie alle quali ciascuno di noi reagisce in maniera soggettiva. Si potrebbe dire che ogni luogo ha una sua personalità con la quale possiamo entrare in sintonia, oppure no, proprio come con una persona in carne e ossa. Ci sono luoghi in cui ci sentiamo subito a casa e altri in cui ci assale un'apparentemente ingiustificata voglia di andare via. Ovviamente esistono reazioni mentali dovute alla nostra storia personale, alle nostre preferenze e al nostro senso estetico: alcuni preferiscono i luoghi di montagna, altri le coste, edifici moderni di grosse dimensioni oppure contenuti e dalle linee sobrie. Tuttavia la nostra reazione ai luoghi non è solo mentale.

Il punto, infatti, non è chiedersi perché noi reagiamo in un certo modo a un certo edificio. La domanda è a monte ovvero perché quell'edificio, con quelle caratteristiche è stato costruito proprio in quel luogo? Perché ha una certa destinazione d'uso e non un'altra? Oppure ancora: se tutto è esattamente come dovrebbe essere secondo i nostri canoni estetici perché lì non stiamo bene?

Ecco allora che cominciamo a percepire l'esistenza di quel "di più" che conferisce a un luogo la sua specifica "identità".

Aspetti storici

Nella tradizione classica, gli antichi avevano un rapporto personale con i luoghi che consideravano dotati di anima e come tali venivano venerati, rispettati e amati. Nei dipinti si evince che i nostri antenati avevano la necessità di personificare – e talvolta di deificare - i luoghi e gli elementi della natura. Questo non solo in epoca classica: è una esigenza che riscontriamo trasversalmente in epoche e aree diverse del pianeta. Si pensi per esempio alla figura del drago. Nel simbolismo iconografico il drago era, originariamente, la personificazione delle forze naturali sotterranee presenti in luoghi vulcanici. In epoca cristiana sono note le rappresentazioni di San Giorgio che uccide il drago. Il cristianesimo interpreta il drago come il male, le tenebre, l'ego, la tentazione, il demonio, andando così a coprire il significato originario. Si pensi per esempio che in Italia, attorno al lago di Bolsena, numerose sono le chiese, le cappelle e i toponimi dedicati al santo. Questo lago era in origine il cratere di un vulcano che, una volta diventato inattivo, si riempì d'acqua nel corso dei millenni. In epoca pagana attorno a esso, vennero costruiti luoghi di culto per propiziarsi il drago ovvero il vulcano, in modo che la vita in quel luogo continuasse a essere possibile. Culti dei luoghi come questi erano così radicati nelle tradizioni locali che la Chiesa non poté semplicemente estirparli, anzi li mantenne, modificandone però radicalmente il significato.

Ma c'è di più. Per gli antichi era una certezza che “nullus locus sine genio” (ogni luogo ha un suo proprio spirito). Così scriveva il filologo latino Servio tra il IV e il V secolo in un commento all'Eneide. Con questa affermazione egli faceva riferimento a qualcosa che i suoi contemporanei sapevano bene ovvero che ogni luogo naturalistico (come una montagna, un fiume, un bosco) o edificato (come una città) possiede uno spirito tutelare che veniva chiamato *genius loci*. In realtà il *genius loci* era molto di più di uno spirito tutelare. Era di fatto ciò che i Greci chiamavano *daimon* [δαίμων]. L'assonanza con la parola *demone* non deve trarci in inganno. Il *daimon* era uno spirito presente in tutti gli esseri dotati di anima – quindi anche nei luoghi – che aveva lo scopo di aiutarli a compiere il proprio destino. Si ricorderà a tal proposito la filosofia platonica secondo la quale ogni persona viene al mondo perché ha un compito ben preciso da svolgere. La stessa cosa dicasi per i luoghi: ogni luogo ha un destino da compiere.

Il *genius loci*, quindi, non solo aiutava un luogo a manifestare le sue qualità intrinseche ma faceva sì che le persone che vivevano in quel luogo venissero influenzate dal carattere del luogo stesso.

Questo punto è molto importante perché ci ricollega ai nostri giorni, visto che esso è uno degli elementi cardine dell'antropologia contemporanea: un uomo che abita in un luogo con il passare del tempo ne assume i caratteri e diventa simile a esso.

Non solo.

Per coloro che amano viaggiare, tenere in considerazione lo Spirito del luogo potrebbe diventare fonte di una nuova consapevolezza.

Significato originario del turismo

Nel corso del Rinascimento venne riscoperto il paesaggio sia per il suo fascino sia per l'idea – come abbiamo visto, radicata nei millenni - che ogni luogo è dotato di caratteristiche ben determinate che è necessario scoprire e valorizzare per entrare pienamente in sintonia con esso. Questa è la fase storica in cui nasce il *Grand Tour* – da cui deriva la parola *turismo* - ovvero

l'usanza secondo la quale i giovani dell'aristocrazia europea alla fine degli studi affrontavano un lungo viaggio, lungo soprattutto in termini di tempo. Si pensi, per esempio, a Johann Wolfgang von Goethe, che viaggiò nella sua "Arcadia" dal 1786 fino al 1788. Lo scopo di questa esperienza era quella di imparare a conoscere e a riconoscere i luoghi nella loro essenza, di lasciarsi "impollinare" da nuovi elementi, di spogliarsi da un'identità, statica e talvolta anche orgogliosa, acquisita vivendo sempre nello stesso luogo, al fine di aprirsi a nuove possibilità, nuovi modi di vedere la vita e la realtà, vedere se stessi sotto un'altra luce e riscoprirsi così rinnovati. Una vera e propria esperienza di crescita personale. Ogni luogo è infatti in grado di attivare alcuni specifici aspetti che esistono in noi sottoforma di pura possibilità. Solo le esperienze rendono possibile il passaggio dalla potenzialità alla manifestazione.

Questo è il senso originario del turismo.

Il turismo oggi

Oggi i circuiti turistici, però, ci propongono per la maggior parte luoghi uniformati, volti a soddisfare le presunte esigenze di un viaggiatore ideale. Uso volutamente i termini *presunte* e *ideale* perché il turista contemporaneo viene educato dall'industria turistica ad avere certi bisogni e non altri: deve trovare un hotel che ha determinate caratteristiche come l'aria condizionata, l'area wellness, le pantofole e l'accappatoio negli hotel di categoria quattro stelle e superiori, la cucina stellata anche se non regionale, anzi c'è sempre e ovunque l'*opzione continentale* perché gli italiani possano trovare la pasta come se fossero a casa propria e i tedeschi la birra nazionale. Ma questa non è la persona in viaggio. Questo è il turista così come l'industria turistica odierna lo vuole. Questi non sono i suoi bisogni reali. Sono bisogni indotti dall'esterno in maniera così accurata che poi uno crede che siano propri.

Generalizzando potremmo dire che lo scopo dell'industria turistica odierna sembra sia quello di educare il turista ad una comodità oziosa che sfocia in pigrizia, non solo fisica; di educarlo a piccole pozze stagnanti di esistenza lontano dalla vita, parafrasando il discorso sull'impermanenza, ne "La ricerca della felicità" di Jiddu Krishnamurti.

Lo stagno è comodo, l'acqua è ferma ed è più calda rispetto a quella impetuosa del fiume. Ma osservando in maniera più attenta noteremo che mentre quest'ultimo scorre incessantemente, largo e profondo, lo stagno è torbido e privo di vita. Le sue acque sono ferme, mentre il fiume, che scorre rapido, lì accanto, è pieno di pesci e di movimento. Prima o poi l'acqua che non si muove stagna e inizia a emettere un odore sgradevole. Ciò che prima era comodità diventa in seguito disagio e poi talvolta malattia. In altri termini, noi tutti desideriamo uno stato di permanenza. Vogliamo che certe cose durino per sempre – uno stipendio fisso, un lavoro a tempo indeterminato, una relazione di coppia finché morte non vi separi – , vogliamo che i piaceri non abbiano mai fine. Scaviamo una piccola tana e ci barrichiamo dentro con le nostre famiglie, ambizioni, culture, paure, divinità, forme di culto, e lì muoriamo, lasciando che la vita ci scorra accanto – quella vita che è impermanente, in perenne mutamento, e possiede – proprio per questo - insondabili profondità e incommensurabile bellezza. Ogni luogo della Terra racchiude in sé l'informazione che la vita è impermanente. Il turismo che nasce DAI luoghi dà la possibilità al viaggiatore di fare esperienza di questo importante aspetto dell'esistenza.

Strutture turistiche

Molte volte le strutture turistiche non nascono **dai** luoghi ma **sui** luoghi, come una protesi di silicone in un seno femminile. Forse l'effetto ottico potrà anche soddisfare alcuni bisogni mentali, ma il contatto con questa parte del corpo, fredda e impersonale, non porterà di fatto a un vero piacere né a chi la possiede né a chi la tocca. Lo stesso accade anche nell'industria turistica attuale. Essa non porta un vero piacere né al turista né al luogo su cui la struttura sorge, perché di fatto quest'ultima **sorge su un luogo, non è parte del luogo**. L'architetto americano Frank Lloyd Wright scrisse che quando si costruisce una casa non deve essere **sulla** collina ma **della** collina (Fallingwater).

Alcune strutture turistiche si sviluppano sulla Terra come un cancro. Nel corpo il cancro si sviluppa quando alcune cellule smettono di comunicare con le altre e con il resto dell'organismo. In questo modo perdono l'informazione di come devono funzionare correttamente e iniziano a lavorare separatamente dal resto dell'organismo che - presto o tardi - si adopererà per eliminarle.

Una struttura turistica che nasce su un luogo senza essere a esso collegata è di fatto una cellula cancerogena, che resta in vita solo grazie al fatto che assorbe grosse quantità di energia dalle cellule vicine impoverendole. In altre parole una struttura turistica di questo genere esiste a un costo molto elevato per l'ambiente circostante.

Abbiamo detto che i luoghi sono in grado di modificare le persone che entrano nella loro sfera di influenza ovvero che coloro che soggiornano in quel luogo vengono influenzati dal carattere del luogo stesso. Che tipo di esperienza fa un turista in una struttura del genere? Una esperienza di separazione tra se stesso e l'ambiente circostante. E se, come sappiamo, il microcosmo specchia il macrocosmo farà l'esperienza della separazione in se stesso.

Può essere che gli introiti di questa struttura siano più che positivi: il denaro è generalmente il parametro con cui si valuta se una struttura funziona oppure no, se ha successo oppure no.

Ma non per noi: il successo appartiene a una scala di valori che vanno ben al di là del mero denaro. In generale un positivo dato economico può essere indotto anche da un'efficace strategia speculativa volta al mero arricchimento individuale o di pochi interessati. In questo caso si può parlare di sfruttamento. Invece quel che accade quando si lavora con il "core", con il nucleo, l'essenza dei luoghi e delle persone, è che il dato economico positivo non è il focus dell'agire, quanto una evidente conseguenza nel momento in cui il core ovvero l'essenza viene raggiunta.

Nuova scala di valori

Se vogliamo vivere il turismo in una chiave olistica ispirata all'autenticità e al rispetto per il territorio e per le persone che in esso vi abitino, è importante che la scala di valori venga rivista.

In cima a questa nuova scala vanno collocati i luoghi.

Abbiamo detto che ogni luogo ha un suo carattere, una sua identità.

I fattori che definiscono questa identità sono di varia natura: fisica e geografica, ma anche storica e culturale. L'energia di un luogo è data dalle caratteristiche del sottosuolo, dalla sua morfologia, dalla presenza di acqua, etc. A queste caratteristiche si sovrappongono le storie delle persone che vi abitano. Due destini si incrociano a questo livello quello del luogo e quello del popolo. Essi sono talvolta in assonanza tra di loro giacché nel loro essere simili tenderanno ad attarsi reciprocamente. Tuttavia può anche succedere che su un luogo armonioso si verifichino delle guerre o degli eventi

disarmonici. Allora quella nuova informazione andrà ad aggiungersi a quella originaria del luogo stesso.

Tutti questi aspetti devono essere tenuti in considerazione nella realizzazione di strutture turistiche in linea con l'ambiente.

Informazione dei luoghi, destinazione d'uso, forme architettoniche

Innanzitutto va compresa l'informazione di base del luogo. Per esempio ci sono luoghi che hanno di per sé una forte energia terrestre, come a esempio i luoghi di origine vulcanica, luoghi termali etc. In questo caso sarà poco opportuno costruire in essi una sala per meditazione e pratiche spirituali, giacché l'energia della materia è troppo forte e non sosterrrebbe il tipo di attività che si desidera fare. Se progettiamo di costruire una casa sopra un cimitero, di cui oggi non resta traccia visibile, avremo un discreto se non scarso successo, giacché quel luogo si è specializzato nella disgregazione della materia. Più adatto sarà costruirci sopra un impianto di compostaggio. Tutti questi elementi sono percepibili e riconoscibili a chiunque si trovi a vivere in un determinato luogo. Naturalmente ognuno saprà poi riconoscerli, in maniera più o meno conscia, e integrarli a seconda delle sue particolari sensibilità e capacità.

Da questi esempi e considerazioni si capisce che solo una volta compresa l'informazione originaria ovvero lo *spirito del luogo*, se ne dedurrà la sua destinazione d'uso.

Una volta compresa la destinazione d'uso verranno scelte le forme, le dimensioni e i materiali più opportuni per costruire. Nel 1979 l'architetto norvegese Christian Norberg-Schulz pubblicò *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Per lui, il *genius loci* era l'essenza di un luogo che l'architetto, il progettista, l'ingegnere o chi per loro devono conoscere e rispettare per costruire in maniera armonica, senza stravolgere le caratteristiche del luogo.

In sintesi. Ogni luogo ha una sua anima, ovvero caratteristiche ben precise che devono essere conosciute e rispettate prima di pianificare qualsiasi intervento su di esso.

Proprio in virtù delle sue caratteristiche intrinseche, ogni luogo nella sua unicità è in grado di influenzare gli uomini che vi abitano.

Come turista consapevole, se so che un luogo ha certe qualità specifiche di cui ora sento di avere bisogno, sarà mia cura recarmi in quel posto e soggiornare in esso. Sarà lo Spirito del luogo a risvegliare in me per risonanza aspetti analoghi già presenti nel mio essere.

Bibliografia

Brook, Isis, 2000 "Can 'Spirit of Place' be a guide to Ethical Building" in W. Fox (ed) 2000 *Ethics and the Built Environment*, (London: Routledge), 139-151

Durrell, Lawrence, (1969) *Spirit of Place: Letters and Essays on Travel* (London: Faber and Faber)

Norberg-Schulz, C. 1980 *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. (New York: Rizzoli).

Dr. Roberta Rio

Roberta Rio è una storica e danzatrice austriaca di origini italiane. È membro della Federazione degli Storici della Germania. Co-Fondatrice e Co-Presidente dell'Istituto Lighthouse che si dedica allo sviluppo territoriale. CEO della United to Germany GmbH, consulente aziendale in ambito sostenibilità e ambiente. *Visiting Professor* presso svariate università (Berlino, Vienna, Klagenfurt, Linz, Innsbruck, Glasgow, Atene, Oldenburg, Milano, Bologna etc.) e istituzioni europee.

Fin dal 2012, svolge studi sul funzionamento del pensiero, insieme all'ingegnere italiano Francesco Alessandrini. Come storica, propone un rinnovamento radicale del metodo storico al passo con i tempi e con l'attuale fase evolutiva della razza umana. È quello che lei chiama: il Nuovo Metodo Storico o la Scienza Storica del Terzo Millennio. In quest'ottica, già nel 2010 elaborò un nuovo metodo di indagine storica, denominato "*metodo storico-intuitivo*", che presentò all'Università di Glasgow l'anno seguente (2011). In esso l'utilizzo del tradizionale metodo storico "oggettivo" si combina a intuizioni ricavate in stato di supercoscienza. Con esso si perviene a un'interpretazione di manufatti ed eventi irraggiungibile con il classico metodo storico.

Realizza studi comparati e interdisciplinari, abbinando scienza e arte, storia e danza, ricerca teorica e applicazione pratica che le hanno permesso di giungere a conoscenze innovative ed esperienziali ricche di scoperte e rivalutazioni.

Come danzatrice, ha sviluppato *Sacred Dance by Roberta Rio®* (Danza Sacra, metodo Roberta Rio), un metodo attraverso il quale il corpo diventa simbolo in movimento in grado di collegarsi alla "trama" del Creato.

È autrice di numerosi articoli e libri in italiano, tedesco, inglese e in greco.

Alcune recenti pubblicazioni

2018: "La Fisica del Terzo Millennio. Scienza e Spiritualità di nuovo unite", Bautz / I

2018: "Atti del Convegno Internazionale: Ettore Majorana: Il mistero è risolto?", Ilmiolibro / I

2017: "La macchina. Il ponte tra la scienza e l'Oltre", Ilmiolibro / I

2016: "Sesso Sacro. La Via del Corpo", Edizioni Mediterranee / I

2015: "Ars Erotica oder Scientia Sexualis?", Bautz / D

2015: "Antichi simboli in nuove forme e significati riscoperti", Bautz / D

2012: "Il rito misterioso racchiuso nel Disco di Festo e nella Pietra di Kernos", Londra / GB

2011: "New Light on Phaistos Disc", Londra / GB

Sito www.newhistoricalmethod.science

Contatto info@riobeyondborders.org