

Questo volume è pubblicato con il contributo dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata (contributo della Regione Lazio progetto "Lazio Innova n. 85-2017-14770 L 13/2008" - CUP E86C18001200002), grazie al finanziamento "Progetto di Gruppo di Ricerca finanziato ai sensi della L.R. Lazio 13/08".



Foglie

Heritage 5.0 **Tramandare l'eredità culturale, una sfida per il XXI secolo**

ISBN 978-88-98981-70-0
I Edizione - Febbraio 2023

Editor

Claudia Bisceglia
Luciana Luciani

Graphic

GuCli

Copertina

Uili

© *deiMerangoli* Editrice Roma

Tutti i diritti del presente volume sono riservati.

La diffusione e riproduzione con qualunque mezzo sia digitale sia cartaceo, anche parziale, non sono consentite senza il permesso scritto dell'editore che si dichiara pienamente disponibile a regolare eventuali spettanze per quelle immagini di cui non sia stato possibile reperire la fonte.

È vietata ogni riproduzione, in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo, di tutte le opere, o parte di esse, pubblicate in copertina e nel presente volume.

***deiMerangoli* Editrice®**
via Filippo Turati, 86 Roma
www.deimerangoli.it
segreteria@deimerangoli.it



Visita il nostro shop online



HERITAGE 5.0

**Tramandare l'eredità culturale,
una sfida per il XXI secolo**

a cura di

FEDERICA BERTINI

VALENTINO CATRICALÀ

Prefazione

CARMELO OCCHIPINTI

HERITAGE 5.0

Tramandare l'eredità culturale, una sfida per il XXI secolo

Crediti fotografici

È vietata ogni riproduzione, in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo, di tutte le opere, o parte di esse, pubblicate nel presente volume.

QUAYOLA, copertina: *Laocoön #D20-Q1*, 2016, resina di marmo, 123 x 130 x 230(h) cm (Photo © Paradise Art Space – Seoul, South Korea, Exhibition view, “Asymmetric Archaeology”, Quayola).

MAR-MUSEO D'ARTE DELLA CITTÀ DI RAVENNA, pag. 28: dettaglio fotografico dell'allestimento di alcune sale del MAR (Photo © MAR-Museo d'Arte della città di Ravenna).

MANUEL QUARESIMA, pag. 72: *Connection*, 2022, scarti di materiali metallici ed elettronici (Photo © archivio fotografico dell'APS OFF Rome Tour; Photo © di Eduardo Henrique Bertuci).

ALESSANDRO GIANNI, pag. 118: *Breaking Darkness*, 2022, olio su tela, 200 x 250 cm, Courtesy Tang Contemporary Art (© Alessandro Gianni; Photo © Giorgio Benni).

ALESSIO DELI, pag. 240: *Anthropocene* (dett.), 2019, travertino romano, 120 x 50 x 40 cm (Photo © Alessio Deli, Archivio fotografico Alessio Deli).

DONATO PICCOLO, pag. 284: *La Gioconda che cammina*, 2018, olio su tela, plexiglass e componenti elettrici, 90 x 60 x 30 cm, © Galerie Italienne, Paris (Photo © Archivio fotografico Donato Piccolo).

Indice

Prefazione	11
CARMELO OCCHIPINTI	
Introduzione	13
FEDERICA BERTINI e VALENTINO CATRICALÀ	
—	
Patrimonio storico artistico, tecnologie e digitale	29
FEDERICA BERTINI	
Dal Barocco alla realtà virtuale	57
ANDREA RABBITO	
Sul concetto di esperienza mediale	73
MARIO TIRINO	
Gamification ed Edugame	97
ENRICO GANDOLFI	
Marketing della cultura: perché e come	107
MICHELE TRIMARCHI	
Percorsi espositivi di mostre e musei: il museo virtuale	119
EVA PIETRONI	
Neuroestetica nei Beni Culturali	157
ANGELA SAVINO e OTTAVIO DE CLEMENTE	
Narrazione e Beni culturali: un matrimonio necessario	191
CINZIA DAL MASO	
Comunicazione digitale per il Patrimonio culturale	211
NICOLETTE MANDARANO	
Nuove figure professionali nel mondo della cultura	223
ANNA MARIA MARRAS	

Competenze trasversali e interdisciplinarietà	241
MARIA ASSUNTA SORRENTINO	
Glossario: una questione di metodo	265
GAIA BOBÒ e DAVIDE SILVIOLI	
—	
Bibliografia	285

Prefazione

di CARMELO OCCHIPINTI

I saggi qui raccolti da Federica Bertini e Valentino Catricalà hanno voluto porsi sulla stessa linea di quel mio *pamphlet* che intitolai *In difesa della scuola. Contro i “rivoluzionari” del digitale*, scritto e pubblicato nel 2020 nel pieno della quarantena nazionale. Non certamente, dunque, contro le nuove tecnologie digitali, che ci permisero di proseguire in gran parte le nostre attività didattiche, a scuola, all’università, nei musei, bensì contro le logiche ‘antiumanistiche’ del sistema produttivo e imprenditoriale che, purtroppo, hanno orientato e continuano a orientare la cosiddetta ‘rivoluzione’ tecnologica, con il risultato di contribuire al terrificante, forse ormai irreversibile degrado umano, culturale ed economico della moderna società civile.

Non c’è umanesimo che tenga – ahinoi! – se l’unico obiettivo del mondo in cui viviamo è quello di accrescere i profitti, fare soldi vendendo gli ultimi e sempre più sofisticati prodotti, sbandierando talvolta incoscientemente lo slogan dell’innovazione e, adesso, anche quello del risparmio energetico. Quante immense risorse sono state sprecate per realizzare gli inutili, bruttissimi e costosissimi *tour virtuali*? E chi, davvero, ne ha tratto profitto? La pandemia ha accelerato la tendenza a un disinvolto sfrutta-

mento del patrimonio artistico dematerializzato e, così, lo ha asservito ancora meglio alla ricerca di finalità meramente commerciali, talvolta anche spettacolari, ma del tutto prive di valenze educative.

D'altronde, chi insegna discipline storico-artistiche e deve educare allo studio delle immagini sa bene che, purtroppo, la sempre più diffusa abitudine alla fruizione digitale del patrimonio artistico finisce per allontanare i giovani – e non soltanto loro – dalla originaria dimensione materiale che da sempre appartiene alle opere d'arte e ai rispettivi contesti storici di provenienza, impedendo di comprendere quel legame, in ogni epoca fortissimo, tra modi di fruizione e modi di visione, ovvero tra contesto e significato, tra luogo e percezione, tra linguaggio e punto di vista, tra qualità dei materiali, condizioni di illuminazione e di visibilità. Ne deriva la preoccupante incapacità di orientamento storico dei più giovani, insieme all'impoverimento delle loro capacità di comunicazione verbale e, di conseguenza, di comprensione dei fenomeni visivi del passato e del presente.

Su questi aspetti i saggi pubblicati nel presente volume intendono proporre una riflessione critica affrontando l'argomento da diversi punti di vista e concentrandosi sui luoghi destinati alla fruizione del patrimonio storico-artistico, cercando di indicare alcune possibilità di utilizzo consapevole, meno passivo diciamo così, degli strumenti della tecnologia digitale secondo finalità anzitutto culturali ed educative ma anche utili alla ricerca storico-filologica, che in futuro avranno, inevitabilmente, importanti ricadute nel settore produttivo dei beni culturali. La vera innovazione, però, è quella che trova fondamento sulle basi solidamente umanistiche del sapere.

Introduzione

di FEDERICA BERTINI E VALENTINO CATRICALÀ

L'idea di questo volume è maturata durante il *lockdown*, nel mese di marzo 2020, allorché abbiamo osservato ciò che stava avvenendo nel mondo dell'arte, negli ambienti museali e nei luoghi del patrimonio storico-artistico. Le numerose iniziative che venivano offerte agli utenti rivelavano, in alcuni casi, la sconcertante assenza di una vera e propria strategia digitale, insieme alla carenza di contenuti adeguatamente progettati e, soprattutto, di figure professionali capaci di rispondere alle esigenze del momento.

Abbiamo così preso atto di quanto fosse urgente per gli umanisti tutti – in particolare per noi storici dell'arte, come per archeologi, architetti, conservatori, archivisti, bibliotecari, docenti, soprintendenti e così via – avviare una riflessione ampia su come debbano cambiare le nostre metodologie di studio in rapporto alle nuove modalità di accesso alla conoscenza e di fruizione dello stesso patrimonio artistico 'smaterializzato'. Da ciò è scaturita la decisione di fare incontrare umanisti e specialisti di varia formazione, le cui testimonianze sono state raccolte in questo volume che abbiamo scelto di intitolare *Heritage 5.0*. A dare un preciso indirizzo al contenuto dei saggi che qui introduciamo abbiamo

voluto che fossero le recenti riflessioni suggeriteci dal professore e storico dell'arte Carmelo Occhipinti – che ringraziamo per avere sostenuto il progetto di *Heritage 5.0* – sul pericolo che noi tutti stiamo correndo per effetto della cosiddetta rivoluzione digitale, ossia quello di ‘disumanizzarsi’, diciamo così, fino a perdere di vista quel valore irrinunciabile su cui dovrebbe trovare fondamento qualsivoglia progetto di società del futuro: il valore propriamente umanistico – appunto – della centralità dell'uomo rispetto al moderno panorama globalizzato e multimediale che, purtroppo, appare invece sempre più segnato dalla emarginazione dell'individuo, dove persino il principio di autodeterminazione individuale viene mortificato dalle logiche preminenti dell'innovazione dei sistemi produttivi e di mercato¹.

In questa prospettiva, a suggerire la scelta di utilizzare la formula del “5.0” sono state la rilettura della *Convenzione di Faro* che incoraggia l'accesso dei cittadini al patrimonio culturale attraverso l'utilizzo delle tecnologie digitali, e la definizione di ‘Società 5.0’, che a sua volta presuppone il recupero della centralità dell'uomo rispetto alle macchine e alla tecnologia, delle quali però egli si serve. Si tratta di un quinto stadio di sviluppo della società economico-sociale – come spiega Federica Bertini nel suo contributo – nel quale il miglioramento delle condizioni di vita dell'uomo si attua attraverso l'utilizzo ‘*human-friendly*’ delle innovazioni tecnologiche e digitali².

IL MOLTEPLICE RAPPORTO TRA ARTE, TECNOLOGIA E DIGITALE
Diversi sono i campi di applicazione delle nuove tecnologie e del digitale nell'ambito del patrimonio storico-artistico: dalla diagnostica al restauro, dalla conservazione alla documentazione, per poi toccare gli aspetti più propriamente fruitivi dei musei e dei luoghi di cultura e quelli relativi alla comunicazione,

alla valorizzazione e all'accessibilità. Si aggiunge poi il loro impiego nei settori della vendita e del diritto d'autore che, per esempio, riguarda la discussione attuale circa i processi di ‘*tokenizzazione*’, come il sistema NTF³, che servono a garantire, attraverso dei gettoni ‘non intercambiabili’, il diritto di autorialità dell'artista e quello di acquisto del compratore delle opere, soprattutto se digitali.

È indubbio che tutti questi strumenti possano offrire un ausilio sempre più indispensabile allo studio, alla ricerca e alla condivisione delle conoscenze⁴. Ma, d'altra parte, accanto a questo tipo di interazione che vede le tecnologie e il digitale ‘a supporto’, esiste un rapporto che potremmo denominare di tipo ‘generativo’⁵ nell'impiego che gli artisti fanno degli strumenti digitali per realizzare quelle opere definibili di ‘*Media art*’⁶.

È importante, comunque, sciogliere un'ambiguità relativa alla distinzione fra tecnologie utilizzate per fini artistici e quelle impiegate per finalità culturali. A questa seconda categoria appartengono sicuramente i vari ‘*experience*’ (pensiamo a “*Van Gogh Experience*”⁷ e similari) o alcuni specifici utilizzi della realtà aumentata o virtuale, come definite nel glossario che conclude questo volume⁸. Si tratta infatti di interventi a supporto di siti o opere esistenti, che favoriscono la conoscenza e forniscono informazioni aggiuntive utili alla visita. Nel primo caso, che invece riguarda il mondo dell'arte contemporanea, la tecnologia è utilizzata come mezzo espressivo e luogo di sperimentazione di nuovi linguaggi artistici. L'artista esplora la tecnologia e la usa – come farebbe un pittore con il pennello e i colori – per creare opere d'arte *ex novo*. Nonostante si tocchi anche quest'ultimo tema, nel presente volume indagheremo gli aspetti più propriamente legati alla rilettura del nostro patrimonio storico-artistico e culturale attraverso lo sviluppo di tecnologie digitali.

Tutto ciò ci induce a ripensare sia alle nuove esigenze fruitive e

allestitive sia alla natura stessa delle opere d'arte, e *Heritage 5.0*, rivolgendosi agli specialisti di formazione umanistica, intende fornire loro alcuni strumenti utili a valutare, in maniera critica, l'impiego delle tecnologie e del digitale.

Quelle appena definite rappresentano, dunque, le premesse che hanno condotto alla scelta dei contributi che compongono questo volume dei relativi autori, professionisti e studiosi con i quali abbiamo voluto sia rintracciare le motivazioni che hanno portato a un impiego sempre maggiore delle tecnologie e del digitale nel settore fruitivo e produttivo del patrimonio storico-artistico sia definirne, per quanto possibile, le modalità e gli ambiti di impiego per gli esperti della cultura.

DIALOGHI CON I RELATORI DI HERITAGE 5.0

Con **Andrea Rabbito**, professore associato di Cinema, fotografia e televisione presso l'Università degli Studi di Enna "Kore", abbiamo analizzato la tendenza umana a 'duplicare' con il *medium* a disposizione una determinata realtà. Rabbito introduce il concetto di 'doppio' espresso da Edgar Morin e lo pone alla base «dell'agire dell'uomo» sin dalle sue origini come quel «concetto chiave che porta alla nascita della pittura, della scultura, della musica, della danza e di tutte le altre forme di rappresentazione». Si tratta di un processo lungo che, con le sperimentazioni barocche, preannuncia le forme future di quel neoarcaismo teorizzato da Morin e che, dalla fine del XIX secolo, ha caratterizzato il rapporto dello spettatore con le differenti nuove immagini tecniche: quelle della fotografia, del cinema, della televisione, del video, degli ologrammi «fino a giungere alle attuali forme di realtà aumentata, di realtà virtuale» attraverso le quali l'ossessione umana per il 'doppio' trova «inedite modalità di realizzazione»⁹. Si arriva così a un 'doppio' che mira sempre più a coinvolgere,

stupire, integrare e rendere maggiormente 'interessante' il percorso durante e dopo l'esperienza di visita.

Attraverso il contributo di **Mario Tirino**, docente di Tecniche e Linguaggi dei Media, abbiamo riflettuto su come il progresso scientifico e tecnologico – che ha sempre portato con sé grandi condizionamenti sociali e modificato l'esperienza sensibile – abbia determinato anche «il modo in cui studiamo ed esploriamo le opere artistiche». Dopo aver definito il concetto e il significato di *medium*, il nostro dialogo si è concentrato sulla pervasione dei *media* in ogni attività quotidiana, generando così un'esperienza mediale che è diventata «forma privilegiata attraverso cui esperire il mondo». Prendendo come punto di riferimento il cinema dai suoi albori, i *media* cinematografici hanno favorito il diffondersi di «esperienze medialità fondate su interazione e coinvolgimento» dell'osservatore, influenzando anche taluni linguaggi dell'arte contemporanea e l'introduzione di alcune soluzioni fruitive poi adottate in determinati luoghi del patrimonio storico-artistico.

Un passo avanti è stato compiuto con il progredire delle tecnologie, quindi con il passaggio dall'analogico al digitale. È stato infatti possibile progettare soluzioni in grado di coinvolgere maggiormente i fruitori «attraverso interfacce, artefatti e sistemi in grado di supportare il *digital storytelling*, il *gaming* e l'*e-learning*»: dai grandi schermi cinematografici al piccolo schermo televisivo, fino alla possibilità di creare 'palinsesti personalizzati' anche mediante dispositivi portatili e interattivi di vario formato, i *personal devices*. In questo contesto trova una collocazione anche la realtà del videogioco che – come evidenziano Matteo Bittanti e Enrico Gandolfi nell'Introduzione del volume *Giochi video. Performance, spettacolo, streaming* – rappresenta «grammatiche aperte e riformulanti, connessioni imprevedibili tra divertimento e apprendimento»¹⁰, dove «la meta-cultura veicolata da questa articolazione video non è una

banale replica né una prevedibile estensione del *medium*. Al contrario, rappresenta una lente proattiva capace di influenzare e modificare i discorsi culturali sul/attraverso il videogioco».

In questo caso, lo spettatore, trasformato in un player, è un fruitore che diventa protagonista poiché assume la connotazione di un vero performer; procede per livelli e sceglie il proprio finale. Il video-gioco, a differenza del cinema, crea un coinvolgimento, anche emotivo, che non si limita più solamente allo sguardo ma attraversa tutto il corpo, superando limiti di spazio e tempo¹¹.

Dunque, questo percorso che dal cinema conduce a soluzioni come quelle del videogioco¹² ha mutato, nella nostra società, le condizioni dell'esperienza dal vivo e anche la nostra esperienza del tempo. Così la realtà aumentata e quella virtuale o le tecnologie a esse simili, che provengono di frequente dall'industria dell'intrattenimento, entrano oggi sempre più spesso all'interno di musei, mostre e nei luoghi espositivi.

Come spiega **Enrico Gandolfi**, *assistant professor* in Educational technology alla Kent State University in Ohio, i videogiochi forniscono alcune risorse *open source* utili a ricostruire ambienti 3D¹³ e ad «ampliare enormemente in direzione di esperienze complesse e sensorialmente appaganti, prima inimmaginabili»¹⁴.

Più in generale, insieme allo studioso ci siamo domandati le motivazioni che spingono ad applicare il ludico in un contesto come quello artistico e soprattutto in quello fruitivo, ma anche i benefici reali di questo approccio. Infatti, i giochi e i videogiochi nonché i «processi affini non sono bacchette magiche capaci di portare a effetti sicuri seguendo obsolete teorie deterministiche», ma devono essere considerati degli «strumenti, *tool*, e da soli non possono reggere il portato di una iniziativa educativa e di sviluppo professionale e umano»¹⁵.

È per tale motivo che si sente sempre più l'esigenza di rivolgersi e soprattutto di collaborare con esperti di vario settore, senza

mai dimenticare che il patrimonio culturale non può rappresentare un oggetto secondario, un corredo, sul quale sperimentare tali soluzioni, ma il soggetto principale da cui muovere i primi passi, su cui adattare e per il quale adottare – quando e se possibile – le innovazioni tecnologiche e digitali messe a disposizione dal mercato attuale. Il loro utilizzo non deve dunque essere considerato unicamente uno stratagemma per ottenere incassi, intrattenere e divertire un fruitore che troppo spesso, come ci ha spiegato **Michele Trimarchi**, docente di Economia Culturale, viene considerato frettoloso e distratto, un pubblico da intrattenere attraverso 'effetti speciali' che possano «incuriosire i profani irrimediabili». Quello che dovrebbe essere chiaro è che, continua Trimarchi, «un effetto speciale non trasforma il curioso occasionale in un fruitore» poiché egli «sarà nuovamente incuriosito soltanto se si produrrà un ulteriore effetto speciale»¹⁶. Per questi scopi esistono luoghi deputati, dove ogni cittadino si reca consapevolmente. Altre sono le intenzioni che muovono un visitatore verso il museo e i luoghi di cultura, dove al piacere della visita si aggiunge anche il desiderio di un arricchimento culturale.

Il *lockdown* ha dimostrato che ci siamo trovati di fronte a una sfida interamente digitale e che la risposta è stata un bombardamento di contenuti diffusi nel Web e sui *social*.

Per meglio comprendere che cosa possa significare per un museo pensato in modo tradizionale prevedere anche un museo virtuale abbiamo coinvolto **Eva Pietroni**, storica dell'arte e ricercatrice presso l'Istituto di Scienze del Patrimonio Culturale del CNR, e le abbiamo chiesto di raccontarci i risultati delle sue ricerche. Da queste ultime emerge infatti che sempre più spesso i musei stanno abbracciando la sfida digitale, evidenziando però una reale difficoltà nel fare interagire contenuti virtuali e non senza sovrapporli. In tanti anni di ricerca, la valutazione dell'esperienza

del pubblico museale rispetto ai contenuti e alle tecnologie digitali ha dimostrato quanto il design dell'esperienza sia molto complesso da progettare, maggiormente quando i contenuti digitali siano giustapposti a collezioni fisiche. La fruizione fisica e quella virtuale, scrive Eva Pietroni nel suo contributo, «si rafforzano e si completano a vicenda secondo un approccio olistico e multifunzionale» e diventano «così parte dello stesso processo di conoscenza per veicolare il valore materiale e immateriale del bene culturale».

In sintesi, la visita virtuale «non dovrebbe sostituire la visita reale, cioè non dovrebbe avvenire con modalità simili e offrire i medesimi contenuti». Di fronte a contenuti sapientemente progettati, è possibile infatti restituire non tanto una replica dell'oggetto ma – come viene definita dalla studiosa – una «unità comunicativa e conoscitiva dotata di forma e significato», un'elaborazione virtuale in grado di riattivare «relazioni spazio-temporali e di significato dell'oggetto culturale» e di incrementare i «livelli percettivi e cognitivi»¹⁷ del fruitore.

Pensiamo per esempio alle ricostruzioni virtuali in 3D, a soluzioni in realtà aumentata e virtuale, alla *mixed o extended*¹⁸ *reality* che permettono di esplorare luoghi perduti o di restituirci l'idea degli spazi originali ormai inaccessibili – come quelli dove le opere erano originariamente collocate – che in un certo senso tentano di far rivivere quell'aura di cui scriveva Walter Benjamin: «l'*hic et nunc* dell'opera d'arte, la sua esistenza unica e irripetibile nel luogo in cui [essa] si trova»¹⁹. Anche se, come accade per un manuale di storia dell'arte, non possiamo dire di conoscere pienamente il nostro oggetto di studio finché non riusciamo a vederlo dal vivo, queste soluzioni, se «corredate dalle necessarie informazioni»²⁰, possono amplificare la comprensione e il valore dell'oggetto culturale. Come ci ha spiegato **Cinzia Dal Maso**, giornalista esperta di comunicazione dei beni culturali, lo stesso mec-

canismo si innesca anche per lo *storytelling*: «[le tecnologie] funzionano davvero, però, unicamente se alla base c'è un'idea valida, potente e autentica»²¹.

In poche parole, anche subendo il fascino delle opportunità offerte dalle innumerevoli soluzioni che il mercato mette a nostra disposizione, è necessario partire dalle idee per individuare e rendere davvero utile agli scopi che ci siamo prefissati gli strumenti digitali anziché partire da essi per farci venire delle belle idee. In merito a questo argomento, nel suo contributo Eva Pietroni fornisce dei suggerimenti, derivati da anni di studio ed esperienza, su come inserire contenuti digitali e tecnologie multimediali negli spazi museali.

Inoltre, particolarmente interessanti sono gli studi sulla neuroestetica condotti da **Ottavio de Clemente** e **Angela Savino** – docenti incaricati presso l'Università degli Studi di Roma Tor Vergata – volti a ricondurre il 'senso del bello' provato al cospetto di un'opera d'arte a specifici meccanismi del cervello. A partire da questi fondamenti, i due studiosi hanno fornito indicazioni e strategie utili per stimolare un'interazione tra Patrimonio e fruitore, al fine di favorire processi di conoscenza e apprendimento, sia che l'atto fruitivo avvenga nello spazio fisico sia che si verifichi in quello virtuale.

Un altro tema su cui ci è sembrato doveroso soffermarci riguarda la comunicazione dei musei e degli enti di cultura attraverso i *social*. **Nicolette Mandarano** – storica dell'arte, esperta in comunicazione digitale del Patrimonio culturale, *Digital media curator* delle Gallerie Nazionali di Arte Antica di Roma – nel suo contributo ha evidenziato come «nessuna istituzione culturale possa fare a meno di essere presente in internet se vuole che la comunicazione dei propri contenuti e il dialogo diretto con il pubblico, reale e potenziale, diventi un elemento chiave del proprio ruolo culturale e sociale»²². Da queste parole emerge chia-

ramente l'importanza di definire una efficace strategia comunicativa digitale che metta in relazione sito web e piattaforme *social* e che, a fronte delle mutate esigenze espositive e comunicative, preveda nuove figure professionali nel museo le quali si facciano carico di interpretare una società diversa per creare modelli allestitivi e sperimentare strategie di comunicazione, nuove attrezzature e rinnovati spazi fisici e virtuali.

Anna Maria Marras, docente e ricercatrice presso l'Università degli Studi di Torino e coordinatore della Commissione ICOM Italia "Tecnologie Digitali per i beni culturali", prendendo come riferimento l'ambito 'museo', ha evidenziato la necessità di costituire un gruppo di lavoro variegato nel quale collaborino tutti gli esperti del settore storico-artistico e culturale, sostenuti da pratiche formative e dall'integrazione di nuove figure professionali, già istituite a livello nazionale ed europeo, nonché previste dalla normativa e dai regolamenti sulle professioni della cultura ma non ancora del tutto applicate. Nel suo contributo viene così restituita una chiara analisi di queste nuove professioni, delle competenze e dei ruoli di cui esse si fanno carico.

A completamento del volume, **Maria Assunta Sorrentino**, Collection manager presso le Gallerie Nazionali di Arte Antica di Roma (Palazzo Barberini e Galleria Corsini) e docente a contratto presso diverse università italiane, attraverso la sua testimonianza raccolta in tanti anni di esperienza svolta sul campo, ha evidenziato come i luoghi del Patrimonio storico-artistico abbiano già da tempo instaurato un rapporto con le tecnologie e il digitale. Infatti, il processo di digitalizzazione è stato pressoché ininterrotto e capace, in pochissimi anni e di pari passo con l'evolversi delle tecnologie, di produrre un avvicinarsi di soluzioni. Alcune, anche se inizialmente considerate avanguardistiche, sono presto divenute obsolete. Il rischio di rincorrere questa scalata inarrestabile alla ricerca continua dell'innova-

zione, che interessa tanti settori tra cui quello del Patrimonio storico-artistico, rischia di togliere valore al bene stesso e può condurre, in diversi casi, all'investimento di ingenti somme di denaro per soluzioni che poi non verranno adottate sul lungo periodo, soprattutto in assenza di una progettazione lungimirante e se non venissero sottoposte ai dovuti aggiornamenti.

In realtà, dunque, con le nuove esigenze derivate dalla pandemia si sta assistendo a un incoraggiamento verso il ripensamento in chiave strategica delle soluzioni da adottare nei musei e nei luoghi di cultura per continuare a garantire, *on-site* e *on-line*, un supporto alle attività di studio, di ricerca ed educazione che possa anche durare nel tempo. Per questo motivo, Maria Assunta Sorrentino ha espresso nel suo contributo la necessità per i professionisti della cultura di sviluppare anche conoscenze e competenze trasversali (CT).

In questa prospettiva, grazie ai contributi raccolti, ciò che si propone *Heritage 5.0* è di suggerire spunti di riflessione, di stimolare domande e di fornire alcuni strumenti utili a chi dovrà cimentarsi in questa nuova sfida.

¹ Si veda l'articolo di Carmelo Occhipinti "Scienza, umanesimo e futuro. Quale sarà il ruolo degli umanisti?", pubblicato il 5 maggio 2020 in *Osservatorio Arte e tecnologia* (<https://osservatorio-arte-tecnologia.weebly.com/reviews/scienza-umanesimo-e-futuro-qual-e-sara-il-ruolo-degli-umanisti>, consultato nel mese di ottobre 2020). Le riflessioni maturate da diversi anni da Carmelo Occhipinti si trovano nel volume *I cloni di Leonardo*, pubblicato nel 2020, dove a essere affrontato è il difficile rapporto che si instaura tra lo studio della storia dell'arte e le attuali tecnologie digitali (OCCHIPINTI 2020).

² Si rimanda all'articolo "La tecnologia al servizio dell'uomo, benvenuti nell'era 5.0" pubblicato il 12 ottobre 2019 nel sito web de *la Repubblica* al link <https://www.repubblica.it/dossier-native/tecnologia/social-innovation/>

2019/10/07/news/la_tecnologia_al_servizio_dell_uomo_benvenuti_nell_era_5_0-236980277/ (consultato nel mese di gennaio 2021).

³ Il *Non Fungible Token* (NFT), che tradotto in italiano significa ‘gettone non intercambiabile’, è a tutti gli effetti un certificato di autenticità digitale che garantisce l’originalità del contenuto digitale dell’opera, su cui vige il diritto d’autore e che può essere dunque rivenduto. Si veda la sezione Glossario in questo volume. Ringraziamo la dott.ssa Serena Nardoni per la bibliografia di riferimento e per la definizione della voce NFT.

⁴ Per esempio, lo Smithsonian American Art Museum (SAAM) ha reso disponibile una collezione di oggetti in 3D con modelli ad alta definizione che possono essere non soltanto esplorati ma anche scaricati dagli utenti (cfr. <https://3d.si.edu>, consultato nel mese di marzo 2020). In Italia, il 3D Virtual Museum, che si definisce «il primo museo tridimensionale del Patrimonio culturale italiano» (cfr. <http://www.3d-virtualmuseum.it/mission>, consultato nel mese di marzo 2020) permette anch’esso di visualizzare e scaricare alcuni modelli 3D delle opere appartenenti a diversi musei d’Italia.

⁵ Per avvalorare questa distinzione tipologica, possiamo citare le parole del noto artista Moholy-Nagy che, nei suoi due saggi *Produzione. Riproduzione* del 1922 e nel libro *Pittura Fotografia Film* (nelle due edizioni 1925 e 1927), distingue due usi relativi ai «*media* ottici». Egli definisce il primo ‘riproduttivo’ e il secondo ‘produttivo’ «innovativo, sperimentale, creativo», che si poteva ottenere per esempio «realizzando fotografie da punti di vista inediti, con macchine fotografiche sperimentali o senza macchia fotografica [...], girando film concepiti come puri giochi di luci e ombre [...], o proiettando immagini su schermi curvi, su banchi di nebbia o sulle nuvole [...]» (PINOTTI, SOMAINI 2016, p. 8, 9).

⁶ «Un universo che si presenta come multiforme, molto vicino al concetto di “aggregato” [...]. Le *media art*, infatti, le possiamo trovare in molta arte contemporanea, in molto cinema contemporaneo, soprattutto quello “espanso”, nel teatro e nelle performance, nella sperimentazione musicale della *sound art*, come anche in alcuni esempi nell’ambito della comunicazione: molti *wall mapping*, opere di *sound art* o simili creati per fiere o eventi commerciali coinvolgendo spesso artisti e spesso aprono alle questioni estetiche difficili da tenere da parte». Occorre però precisare che «In inglese “*media*” si può riferire a tutto, anche la pittura in questo senso è *media art*.

Nelle lingue non anglosassoni [come la nostra] il termine “*media*” rimanda invece ai *media* elettronici». Si rimanda a CATRICALÀ 2016, p. 14.

⁷ La mostra itinerante “Van Gogh Alive” (<http://grandeexhibitions.com/van-gogh-alive-the-experience/>), nata nel 2015 e organizzata dalla società australiana Grande Exhibitions, è una delle mostre multimediali più visitate al mondo e ha aperto definitivamente la strada alle esposizioni multimediali. A essa ne sono seguite altre dello stesso genere, come “Caravaggio Experience” (<http://www.caravaggioexperience.it/>, consultato nel mese di ottobre 2020) o “Klimt Experience” (<https://www.klimtexperience.com/>, consultato nel mese di ottobre 2020).

⁸ Nel volume *Heritage 5.0* è inserito un glossario del lessico tecnologico, curato da Gaia Bobò e Davide Silvioli, derivato dall’esigenza reale di fare chiarezza e di riorganizzare i significati in una duplice ottica: da un lato definire le tecnologie applicate nel contesto della fruizione del Patrimonio, dall’altro declinare le stesse terminologie nel contesto delle opere prodotte dagli artisti contemporanei.

⁹ Si veda il contributo di Andrea Rabbito in questo volume.

¹⁰ BITTANTI, GANDOLFI 2018, p. 13.

¹¹ Inevitabile poi il passaggio da *video game* al *game video* dove «la performance videoludica è diventata uno spettacolo, un genere post-televisivo da consumare su schermi di dimensioni variabili, fissi o mobili, e anche dal vivo» e il player diventa esso stesso protagonista del suo video.

¹² BITTANTI, GANDOLFI 2018, p. 11.

¹³ È recente il progetto “Arte e Tecnologia: per l’accessibilità del Patrimonio” - ATAP promosso dal Dipartimento di Studi Letterari, Filosofici e di Storia dell’Arte dell’Università di Roma Tor Vergata coordinato da Carmelo Occhipinti e, nell’abito del quale, Federica Bertini ha svolto attività di ricerca come assegnista. I risultati del progetto sono stati presentati dal gruppo di lavoro in occasione del convegno internazionale di studi “Strumenti, strategie e tecnologie per la fruizione e la didattica dell’arte e della storia dell’arte”, curato da Federica Bertini e Rosalinda Inglis, tenutosi in modalità *on-line* nei giorni 11 e 12 novembre 2020 in collaborazione con l’Università Telematica San Raffaele di Roma.

Attraverso il progetto ATAP «è stato creato un primo prototipo di *tool* didattico e interattivo che, integrando le scansioni con immagini fotografiche,

consente di esplorare integralmente, con un buon grado di ingrandimento, ambienti come sale affrescate e decorate con elementi tridimensionali (come stucchi o marmi), scarsamente illuminate e poste ad un'elevata distanza dal punto di osservazione, di non facile raggiungimento né alle più tradizionali macchine fotografiche digitali né, tantomeno, all'occhio umano, con la possibilità di avere a disposizione anche dati metrici accurati» (BERTINI 2021). Lo sviluppo del *tool* è basato su Unreal Engine (UE), un motore grafico sviluppato da Epic Games che al momento rappresenta lo standard nella creazione di esperienze in *real-time 3D immersive*, già utilizzato nell'industria dei videogiochi.

¹⁴ Si veda in contributo di Enrico Gandolfi in questo volume.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ Si veda il contributo di Michele Trimarchi in questo volume.

¹⁷ Si veda il contributo di Eva Pietroni in questo volume.

¹⁸ Riguardo al concetto di *Extended Reality* (XR), soprattutto negli ambiti educativi, si rimanda al recente studio KOSKO *ET ALII* 2021. Si ringrazia Enrico Gandolfi per la segnalazione.

¹⁹ BENJAMIN 2000, p. 22. Egli ritiene che la riproducibilità abbia introdotto profonde modifiche nella natura dell'esperienza estetica sia perché è diventata un'esperienza di massa sia in quanto i valori di culto tradizionalmente connessi all'arte sono decaduti lasciando il posto a nuovi valori che il filosofo definisce espositivi: la fruizione distratta, l'esteticità diffusa, il carattere effimero e sempre disponibile dell'evento estetico. Il senso dell'espone è quello di rendere accessibile, pubblico, e ciò deprime l'aspetto rituale e culturale dell'opera d'arte (PAONE 2014).

²⁰ Si veda il contributo di Eva Pietroni in questo volume.

²¹ Si veda il contributo di Cinzia Dal Maso in questo volume.

²² Si veda il contributo di Nicolette Mandarano in questo volume.



Patrimonio storico-artistico, tecnologie e digitale Riflessioni sul significato di 'Heritage' e '5.0' per il recupero del ruolo dell'umanista

di FEDERICA BERTINI

HERITAGE

Cosa intendiamo per *Heritage*? Secondo l'*Enciclopedia Treccani*, nella sezione dedicata al "Lessico del XXI Secolo", *Heritage* assume il significato di «patrimonio ereditato dal passato negli ambiti più diversi», che è «fisicamente presente, rappresenta l'eredità della storia ma è al tempo stesso, innegabilmente, parte del nostro presente». In esso è possibile distinguere una «realtà materiale (paesaggi, città, edifici, monumenti, opere d'arte, libri e altro, nella loro fisicità) e una dimensione immateriale (il valore storico, artistico, culturale che tali entità materiali esprimono e rappresentano)»¹.

La Convenzione di Faro (2005), sottoscritta dal Governo italiano nel 2013 e ratificata il 23 settembre del 2020², ha riconosciuto chiaramente il valore dell'eredità culturale – in inglese '*cultural heritage*' – e l'ha definita l'insieme delle risorse culturali ereditate dal passato, il prodotto specifico delle comunità utile al suo sviluppo, «alla valorizzazione delle diversità culturali, alla promozione del dialogo interculturale oltre che a un modello di sviluppo economico fondato sui principi di utilizzo sostenibile delle risorse»³.

Di tale eredità culturale si deve necessariamente garantire la conoscenza, il godimento e lo studio al fine di migliorare «la qualità della vita, in una società in costante evoluzione»⁴ che, se resa consapevole della propria storia e del proprio passato, può essere posta nelle condizioni di tramandare alle generazioni future una ‘memoria’ su cui poggiare le fondamenta di una società civile. «Riconoscendo la necessità di mettere la persona e i valori umani al centro di un’idea ampliata e interdisciplinare di eredità culturale», la Convenzione di Faro definisce l’importanza del diritto dell’umanità alla conoscenza dell’*heritage* e, nel contempo, determina la responsabilità individuale e collettiva nei confronti di questo patrimonio, sottolineando l’importanza della sua conservazione e il suo ruolo nella costruzione di una società pacifica e democratica (art. 1)⁵.

L’obiettivo è dunque quello di riconoscere nel *cultural heritage* quel concetto di ‘bene comune’ che nel 2013 l’archeologo e storico dell’arte Salvatore Settis, da sempre impegnato in questi temi, ne *Il Paesaggio come bene comune*, indica essere un valore «[...] non solo giuridico, ma etico e civile di lunga storia e di altissime potenzialità: riconoscerne i precedenti, anzi le radici nel diritto romano, nell’Italia comunale o nelle leggi degli Stati preunitari non è una vana erudizione»⁶. Secondo Settis bisogna «attingere dalla storia le energie e le idee per costruire il nostro avvenire»⁷. Per giungere, però, a una consapevolezza del valore che questa eredità culturale ricopre per l’intera comunità occorre garantire al cittadino una chiara conoscenza di essa. Per tale motivo, a sostantivi come pubblico, consumatore, cliente o utente, potremmo – e dovremmo – preferire quelli di ‘fruitore/cittadino’.

Fruitore perché ognuno di noi rappresenta il singolo componente di una collettività alla quale deve essere assicurato il diritto di godimento del patrimonio culturale, nonché condizioni e servizi adeguati al raggiungimento di tale scopo.

Cittadino perché quello di partecipare alla vita culturale del paese è un diritto – espresso bene nella Convenzione di Faro – «ad interessarsi all’eredità culturale di propria scelta, in quanto parte del diritto a partecipare liberamente alla vita culturale, sancito dalla Dichiarazione universale delle Nazioni Unite dei diritti dell’uomo (1948) e garantito dal Patto Internazionale sui Diritti Economici, Sociali e Culturali (1966)»⁸.

È fondamentale che la ‘consapevolezza’ di quanto sia importante l’eredità culturale – che comprende anche il patrimonio storico-artistico – per l’umanità si sviluppi attraverso occasioni di confronto, scambio e formazione da realizzarsi soprattutto nei luoghi destinati all’istruzione per eccellenza, come le scuole e le università, e nel nostro caso specifico negli spazi informali di apprendimento come per esempio il museo o altri luoghi connessi al patrimonio storico, artistico e culturale, i quali, mentre educano alla conoscenza e al rispetto dei beni con l’adozione di comportamenti responsabili, fanno «del patrimonio oggetto concreto di ricerca e interpretazione, adottando la prospettiva della formazione ricorrente e permanente»⁹.

HERITAGE 5.0

A essere incoraggiato dalla Convenzione di Faro è anche l’accesso dei cittadini al patrimonio culturale attraverso l’utilizzo delle tecnologie digitali (art. 13). Ebbene, nel titolo di questo volume, al sostantivo ‘*Heritage*’ abbiamo associato l’espressione ‘5.0’ che inevitabilmente rinvia alla definizione di ‘Società 5.0’ (distinta dalla precedente ‘4.0’). Essa presuppone il recupero della centralità dell’uomo rispetto alle macchine e alla tecnologia, delle quali però si serve. Chiarificatrici in tal senso sono le parole del politico giapponese Shinzo Abe, che nel 2016 ha parlato di un quinto stadio di sviluppo della società economico-sociale nella quale il miglioramento delle condizioni di vita dell’essere umano si

esplica attraverso l'utilizzo 'human-friendly' delle innovazioni tecnologiche e digitali¹⁰.

Pertanto, l'obiettivo di una 'Società 5.0' non dovrebbe essere quello di convertire l'essere umano in una macchina, o viceversa, bensì quello di accrescere le specificità e le capacità delle persone, di portare cambiamenti positivi nella loro vita servendosi delle tecnologie digitali in una prospettiva di riappropriazione del benessere sociale, culturale e ambientale. Aspetti, questi ultimi, che le Nazioni Unite hanno espresso nel 2015 attraverso i diciassette obiettivi di sviluppo sostenibile (o SDG, acronimo inglese di *Sustainable Development Goals*). Il loro raggiungimento entro il 2030 mira a stimolare soluzioni che possano porre rimedio alle grandi problematiche che affliggono l'uomo di oggi: la povertà, le disuguaglianze, le ingiustizie e il cambiamento climatico. Si tratta di investire ora in nuove risorse per progettare un futuro sostenibile.

In una ideale prospettiva di recupero del benessere sociale, culturale e ambientale, in relazione agli obiettivi espressi dalla Convenzione di Faro, l'*Heritage* assume un ruolo di primaria importanza proprio perché la conoscenza di questo patrimonio, reso accessibile alla collettività, contribuisce a stimolare nei cittadini una moderna consapevolezza del presente, in base alla quale costruire la società di domani.

Per questo motivo, qualsivoglia progetto di utilizzo delle nuove tecnologie applicate alla valorizzazione del patrimonio dovrebbe ritrovare un orientamento in senso 'umanistico', affinché gli spazi di intrattenimento e di consumo culturale non rispondano esclusivamente a finalità produttive, ma sappiano restituire centralità alle esigenze dell'uomo. Perciò il ruolo di umanisti, docenti e ricercatori dediti allo studio dei saperi antichi non potrà che ridiventare decisivo per orientare le future scelte sociali. Si tratta insomma di liberarci dalle logiche del mero profitto, dalle strategie di *marketing culturale* da manuale¹¹, nonché dalla ricerca

dell'innovazione tecnologica a tutti i costi e dal cosiddetto 'effetto wow' che hanno ricadute di durata limitata e superficiale¹², come dimostrano anche alcune iniziative che negli ultimi anni hanno interessato il settore delle mostre.

In tal senso, poco prima del *lockdown*, le parole di Andreas Schleicher – direttore del Dipartimento *Education* dell'Ocse – pronunciate in occasione della cerimonia di consegna dei diplomi di dottorato di ricerca all'Università Cattolica di Milano sono state profetiche. Su *Il quotidiano della Formazione, dell'Università e della Ricerca* del "Sole 24 Ore", nell'articolo pubblicato il 10 febbraio 2020 dal titolo *La digitalizzazione non basta: le skills del futuro sono umane*, Schleicher ha ricordato come nonostante oggi sia diventato molto semplice digitalizzare, automatizzare e i computer possano memorizzare informazioni o risolvere problemi di *routine* con molta facilità e immediatezza, chi lavora nel settore dell'istruzione deve tenere presente che il suo obiettivo – anche se prevede l'utilizzo di tali strumenti – non dovrebbe essere quello di «educare *robot* di seconda classe, ma esseri umani di prima classe»¹³. In altre parole, in una prospettiva futura che vede l'impiego sempre maggiore dell'intelligenza artificiale si dovrebbe «coltivare di più il nostro lato umano». Si tratta di una consapevolezza da cui deriva l'urgenza di restituire una centralità alle discipline umanistiche, considerate l'unico antidoto contro la 'disumanizzazione'.

Tra i tanti esempi che potremmo citare a supporto di queste considerazioni, è di particolare interesse il discorso *Contro la perdita della memoria* rivolto all'ONU il 21 ottobre del 2013 da Umberto Eco. Partendo dal presupposto che nessuna civiltà, nel «senso antropologico della parola, intesa come sistema di idee scientifiche e artistiche, miti, religioni, valori e abitudini quotidiane», può «sussistere e sopravvivere senza una memoria collettiva» e che le società hanno sempre «fatto affidamento sulla memoria per preservare la loro identità, a partire dal vecchio che, seduto sotto un albero, raccontava storie sullo sfruttamento dei suoi antenati

e sul mito fondatore della tribù», Eco esprime la sua preoccupazione di fronte alla crescente comunicazione digitale e al rischio da essa provocato. Si tratta di un eccesso di memoria che passa attraverso il Web e che, come nella storia di “Funes el Memorioso” scritta da Jorge Luis Borges, può risolversi anche in tragedia. Se prima, infatti, la società aveva da sempre «filtrato le cose per noi, attraverso i libri di testo e le enciclopedie», con l’arrivo del Web, tutte le conoscenze e le informazioni, «persino le più inutili», sono state messe lì a nostra disposizione. Dunque, anche Eco, per ricollegarci alle parole pronunciate da Schleicher, riconosce che l’unico anticorpo per porre l’uomo in una posizione di confronto critico con il Web sia quello ‘intellettuale’. Ciò significa che il ‘possesso’ o meno di «criteri di selezione» delle informazioni dipendono dalla «misura in cui siamo preparati intellettualmente»¹⁴ e, aggiungerei, dal grado di conoscenza degli strumenti che stiamo utilizzando.

Poiché nel concetto di memoria espresso da Eco rientra l’intera eredità culturale e in considerazione dei profondi cambiamenti che stanno verificandosi nella società e che interessano anche il mondo della cultura, l’analisi condotta si concentrerà su un settore specifico dell’*Heritage* – quello del patrimonio storico-artistico, in prima analisi museale – per fornire ai professionisti di formazione umanistica alcune conoscenze utili a promuovere un utilizzo ‘intellettualmente’ consapevole delle soluzioni tecnologiche e digitali disponibili, con l’obiettivo di evidenziare non soltanto le potenzialità a esse collegabili ma anche i pericoli e i limiti della rivoluzione digitale che è in atto.

IL CASO DEL ‘MOSTRISMO’

DILETTO NON SIGNIFICA INTRATTENIMENTO

Prendendo come riferimento il settore museale, verso il quale si sono concentrati molti studi, è possibile estendere il discorso a tutti i luoghi del patrimonio storico-artistico.

È il 12 novembre del 1959. Lo storico dell’arte Roberto Longhi interviene nella seduta inaugurale del “Convegno internazionale sulle Mostre d’arte”. Il discorso, poi pubblicato integralmente, tocca in maniera esaustiva ed efficace alcune tematiche che tornano oggi di particolare attualità. Quello che emerge dallo spaccato di storia offerto da Longhi è un panorama frammentato nel quale, accanto alle grandi esposizioni degne di essere ricordate, vi è una costellazione di ‘mostre di fantasia’ legate soprattutto al profitto economico e all’affermazione personale dei curatori¹⁵. Egli pronuncia severi giudizi anche nei riguardi della tendenza a realizzare mostre di carattere scenografico e ammaliante¹⁶, sempre più vicine al linguaggio spettacolare, tanto amato da un pubblico abituato agli effetti del cinema e della televisione.

Si tratta della stessa propensione a mostre-evento, «votate ad un’effimera spettacolarizzazione fine a sé stessa», «bolle di sapone multicolore» criticate da un altro storico dell’arte e restauratore, Cesare Brandi, che nel 1968 le definiva una «nefasta epidemia»¹⁷. Anni dopo, anche Federico Zeri, in un suo articolo del 1996, restituisce uno scenario espositivo fatto di «pleiadi di mostre e mostriciattole, spesso insignificanti, inutili, a base commerciale e promozionale, sempre costose»¹⁸.

Longhi, Zeri e Brandi con le loro parole sembrano auspicare la riaffermazione del ruolo dell’umanista, che si fa detentore di un patrimonio culturale ‘bisognoso’ di essere comunicato e condiviso attraverso azioni, strategie e strumenti differenti per accogliere – non attirare – i cittadini.

Eppure, a distanza di anni, non sembra essersi minimamente arrestato il fenomeno, divenuto dilagante e incontrollabile, delle mostre generiche, prive di contenuti e di progettazione in senso educativo, nelle quali non viene riconosciuta l’importanza attribuita «al metodo adoperato dai curatori, ai criteri storiografici adottati, agli sforzi interpretativi o attributivi, alla sapienza impegnata per disegnare le scritture espositive»¹⁹, oppure «all’im-

pegno profuso per far emergere inedite prospettive nella lettura dell'itinerario di un artista, per ricostruire il tessuto dei rapporti figurativi e per far affiorare le rete visiva entro cui una determinata opera è stata concepita»²⁰. Nel 2016, Tomaso Montanari, nel libro *Contro le mostre* curato con Vincenzo Trione, ha chiamato all'appello la comunità degli studiosi, invitando in particolare modo gli esperti del settore umanistico a sviluppare quegli «anticorpi intellettuali» utili a dare vita a «mostre serie», volte a riscoprire il territorio italiano²¹.

Infatti, Montanari ha portato all'attenzione del lettore un fenomeno esclusivamente moderno che vede nella 'tecnologia' il principale protagonista di mostre senza opere, le cosiddette *blockbuster* che, basate su sontuosi allestimenti ed effetti 'speciali', hanno come obiettivo quello di «sedurre subito e "massaggiare freddamente i sensi"»²². Il rischio che si corre è quello di '*delectare*' senza '*docere*'.

Eppure, rispetto a questo argomento, tra le finalità che, nel 2007, l'ICOM ha riconosciuto ai musei²³ – come pure a ogni luogo del patrimonio culturale, anche virtuale, e a ogni tipologia di evento espositivo – non ci sono unicamente quelle di acquisire, conservare ed esporre le testimonianze materiali e immateriali della comunità, ma anche quella di favorire lo studio, l'educazione e il diletto del fruitore. Pur trattandosi di concetti destinati a essere rivisti alla luce della nuova definizione di Museo che ICOM ha approvato il 24 agosto 2022 a Praga²⁴, essi esprimono chiaramente la necessità di prevedere una progettazione espositiva che non si riduca a una mera operazione di intrattenimento. Per meglio comprendere cosa si intende per scopi di studio, educazione e diletto, nel primo caso occorre considerare che, per essere realmente efficaci, i risultati delle attività di studio svolte dal museo sui propri beni devono essere rese accessibili e condivisibili tra colleghi studiosi e studenti nei settori di loro competenza²⁵. La

definizione di educazione intesa come «un insieme di valori, concetti, saperi e pratiche il cui scopo è la crescita del visitatore»²⁶ presuppone un'attenzione rivolta verso la «persona, nella sua dimensione di continua maturazione individuale e sociale» che tiene conto del «suo bagaglio di conoscenze ed esperienze». Tuttavia, l'apprendimento «non riguarda solo la sfera della conoscenza e comprensione, ma anche quella della capacità, degli atteggiamenti e dei valori, del divertimento e della creatività, del comportamento e della maturazione»²⁷. Si rende quindi sempre più necessario prevedere soluzioni diversificate volte a favorire percorsi inclusivi e accessibili, tutti aspetti sui quali pone l'accento la nuova definizione ICOM di Museo. Infine, nel concetto di «diletto» – termine che è stato sostituito nella nuova definizione da «piacere» – si deve infatti riconoscere quella dimensione del 'piacere' che si prova al cospetto dell'opera, che stimola i sensi e le emozioni, e che produce a sua volta conoscenza.

Per comprendere la relazione che lega queste due parole e che le pone in rapporto con gli scopi di studio e di educazione richiesti al museo, rivolgiamo per un momento lo sguardo verso il passato. Tra gli esempi che potremmo citare in riferimento al significato assunto dal termine 'diletto' in contesti di collezionismo e museali, è interessante ciò che ha scritto il letterato e umanista Anton Francesco Doni (1513-1574) in una lettera indirizzata al conte Agostino Landi e datata 20 luglio 1543. Doni racconta che lo storico Paolo Giovio (1483-1552) aveva fabbricato «un Museo, così da lui chiamato, in sì leggiadro luogo che egli pare che la dilettazione l'abbia formato con le sue mani»²⁸. Si tratta di un museo inteso come sede (o spazio fisico) «appositamente destinato a ospitare e a esporre opere d'arte e oggetti preziosi», collocato sulle sponde del lago di Como, in «una dimora isolata composta da vari ambienti interni e di portici, cortili, giardini, destinata a conservare le sue collezioni», luogo che Giovio

stesso definisce come «iocundissimo museo»²⁹. Gli interessi storiografici di Giovo lo inducono, infatti, a redigere, per la propria collezione, delle didascalie esplicative riferite a tutti i ritratti di uomini illustri da lui raccolti. Un simile utilizzo delle didascalie, che alla luce della nostra esperienza potremmo definire ‘didattiche’ e ‘classificatorie’, associato ad aggettivi come «iocundissimo» o a vocaboli come «dilettazione», anticipa quell’equilibrio che dovrebbe essere ricercato e mantenuto fra i tre obiettivi espressi nella definizione ICOM del 2007 e già citati.

Tuttavia, oggi nei luoghi espositivi corriamo sempre più spesso il rischio di uno squilibrio dovuto all’impatto esercitato dalle nuove tecnologie e dagli strumenti digitali, poiché al diletto inteso come piacere estetico provocato dal contatto diretto con le opere, si rischia di sostituire un piacere derivato dalla dimensione spettacolare, ludica, sensoriale, immersiva e interattiva della fruizione che, se pensata solamente allo scopo di intrattenere e divertire, non fa che ridurre il museo a un *luna park*.

Queste stesse riflessioni valgono anche per le soluzioni del ‘museo virtuale *on-line*’ adottate durante l’emergenza sanitaria per fare fronte alle restrizioni iniziate a marzo del 2020.

IL LOCKDOWN E LA RISPOSTA DEI MUSEI

Citando lo storico dell’arte Carmelo Occhipinti, il *lockdown* ci ha costretti a «contemplare in tutta la sua vastità il panorama della storia della civiltà umana [...] attraverso gli strumenti digitali»³⁰. Mai come in tale occasione le tecnologie e il digitale sono diventati una necessità talmente indispensabile da porsi al centro di una discussione internazionale sulla riprogettazione degli spazi e delle soluzioni destinati a una fruizione che fosse sempre più accessibile *on-line*.

Dopo lo scoppio della pandemia, rispondendo all’appello “#iorestoacasa, la cultura non si ferma”, molte istituzioni culturali

hanno promosso iniziative per consentire ai cittadini di ‘accedere’ alle loro risorse multimediali: *virtual tour*, visite virtuali, eventi *live* e tanto altro. Un modello operativo sposato, tra tutti, dai musei statali di Roma, Milano, Venezia, Napoli, Torino, Firenze, Bologna e Padova, che ha visto al centro di molte azioni di comunicazione il massivo impiego dei *social*³¹.

Così le Gallerie degli Uffizi di Firenze hanno ampliato e potenziato i loro programmi su Instagram, Twitter, YouTube e sul proprio sito Web mediante l’apertura del proprio canale *social Facebook*³², dove ogni giorno, attraverso il progetto intitolato “Uffizi Decameron” (in ricordo di Giovanni Boccaccio) sono state raccontate le opere, le loro storie e i loro protagonisti. È stata poi lanciata l’iniziativa “La mia Sala”, una serie di video registrati in cui gli assistenti museali hanno illustrato con estrema professionalità – trasformandosi in guide e divulgatori scientifici – alcuni degli angoli più suggestivi degli Uffizi, i loro segreti e le loro opere. L’offerta è stata completata dalla pubblicazione sui *social* di immagini, video e contenuti dedicati a Raffaello e ai suoi capolavori per celebrare la ricorrenza del cinquecentenario dalla morte dell’artista. Contemporaneamente, a Roma le Scuderie del Quirinale hanno svelato l’importante mostra “Raffaello 1520-1483” con il video-racconto dell’esposizione³³.

Tra i musei italiani più attenti alle opportunità messe a disposizione dagli strumenti digitali e dalle nuove tecnologie in un’ottica di miglioramento e di incremento dell’offerta del ‘Museo virtuale’, la Pinacoteca di Brera a Milano – accanto alla già esistente sezione digitale delle “Collezioni”, dove è possibile fruire anche di immagini ad alta definizione – ha promosso una campagna *social* per presentare alcune opere attraverso video e foto corredate degli *hashtag* #Voci dal museo, #myBrera, #Appunti per una resistenza culturale³⁴.

I Musei Vaticani hanno proposto un *tour* virtuale delle loro sale³⁵