

Musei e trends tecnologici. Digitalizziamo. Digitalizziamo?

Dopo una mattinata di interventi sulle nuove tecnologie da impiegare all'interno dei musei, prende avvio il workshop pomeridiano. Siamo divisi in tre gruppi, Crowd, Makers e Trends di cui faccio parte. Scorrendo la lista degli altri partecipanti mi accorgo di essere circondata da professionisti del settore: Simone Arcagni, professore associato presso l'Università di Palermo, studioso di cinema, media e nuove tecnologie, Giovanni de Niederhausern, direttore operativo della Carlo Ratti Associati, Vincenzo Napolano, comunicatore scientifico presso l'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, Luca Fois, docente di comunicazione alla Scuola di Design del Politecnico di Milano, Matteo Zauli, direttore del Museo Carlo Zauli, direttore e cofondatore del Distretto A- Faenza Art District, Elisa Tessaro, referente web e social media per il Museo delle Scienze di Trento e Ciro Cattuto, Director of Science, ISI Foundation. Non soltanto sono l'unica studentessa ma sono anche l'unica a rappresentare il punto di vista degli storici dell'arte. Un onore che sottintende una grande responsabilità.

Ci viene posta una domanda preliminare: "Cosa fareste con un'arancia?" Le risposte sono alternative. Il Carnevale a Ivrea, una candela, un profumo, un aperitivo sul bosone di Higgs, un quadrato perfetto con le bucce, un simbolo di complessità da porre davanti a un mandala. Il gioco è efficace e leva tutti i partecipanti dall'imbarazzo del primo approccio. Dopodiché vengono spiegate le regole del laboratorio che consiste nel creare un progetto per un museo di domani attraverso tre semplici fasi. Si comincia con il dare sfogo all'immaginazione in totale libertà senza porre limiti alle idee. Attraverso una votazione le due proposte più apprezzate passeranno alla fase successiva durante la quale verranno sottoposte ad un altro gruppo di lavoro, nel nostro caso i Crowd, per testarne la fattibilità. Discusse le dovute criticità, i progetti torneranno ai loro ideatori per la fase finale di backcasting, ossia l'individuazione, a ritroso, delle tappe necessarie a concretizzarli. Faccio un po' fatica a pensare al mio museo dei sogni coinvolgendo anche la tecnologia, ma il gioco di oggi consiste proprio in questo, quindi ci provo.

Penso si possa utilizzare la realtà aumentata per fornire informazioni sulle opere solitamente tralasciate dai visitatori, attirando su di esse la loro attenzione con il fascino del digitale. Le opere che invece, di per sé, costituiscono già un'attrazione si possono lasciare corredate da semplici pannelli esplicativi in modo da porre meno filtri possibili alla percezione pura e intima dell'arte. Sono la prima a presentare la proposta e più si susseguono le altre più mi rendo conto che la mia non è abbastanza avveniristica per questi standard. Sento parlare di realtà virtuali dove riunire i maggiori musei del mondo rendendoli visitabili anche a migliaia di chilometri di distanza, e di piattaforme social che permettono agli utenti di costruire un museo in modo condiviso. La tecnologia con la sua componente ludica e la capacità di abbattere le barriere dell'impossibile serve proprio a questo. Nel futuro il visitatore può vestire i panni del curatore utilizzando un sistema che costruisce percorsi personalizzati in base a un tema scelto, per esempio l'amore, e la tecnologia potrebbe diventare così avanzata da consentire all'assetto delle sale di trasformarsi proprio a seconda del tema selezionato. Si punterà sulla fruizione dei depositi nei quali le opere da valorizzare avranno la possibilità di diventare oggetto di una performance in base ai likes ottenuti. Si potrebbe anche pensare, tramite un sistema che incrocia i dati dell'opera con quelli del visitatore, di inviare delle notifiche sullo smartphone che richiamino l'attenzione su quel paesino dipinto nel quadro, lo stesso paesino dove ora vive lo spettatore che lo sta osservando, o sulla donna in basso vestita di rosso che somiglia sorprendentemente a sua sorella. Ecco, è così che si crea un rapporto personale tra opera e visitatore. Se poi disgraziatamente il paesino dove vivi non è mai stato dipinto e nessun artista ha anticipato la fisionomia di tua sorella o del tuo fidanzato, hai perso l'occasione di entrare in empatia con l'opera. Non desidero essere esageratamente polemica, senza dubbio questi giochi possono risultare simpatici ma rimangono dei giochi. Mi sembra che si sia persa di vista la vera identità di un museo, vale a dire innanzitutto un luogo di conservazione dove abitano fisicamente le

opere d'arte, ma anche la dimora di una disciplina che ha dei criteri e che nel museo trova uno spazio per la sua trasmissione interna (gli altri storici dell'arte) ed esterna (il grande pubblico). Insieme a questa idea è altresì emigrato il concetto di competenza. Lo storico dell'arte, che, sottolineo, studia e si forma per questa professione, generalmente ha il compito di curare l'allestimento in modo che gli oggetti siano parlanti e suggeriscano ciò che le ricerche hanno messo in luce, per esempio, molto banalmente, la declinazione dello stile di un maestro presso i suoi seguaci. Se il visitatore, in uno strano gioco di ruolo, assumesse il compito dello storico dell'arte senza averne le competenze, cosa potrà mai imparare se non nozioni frammentate su singole opere il cui collante è un tema (come l'amore) così inspiegabilmente generico?

La votazione decreta vincitori gli ultimi due progetti riportati, che quindi passano al vaglio dei Crowd mentre da noi giungono le proposte emergenti dei Makers. In tutta sincerità non sono poi così irragionevoli. La prima chiama all'appello nuovamente la realtà aumentata per visualizzare il contesto originario dell'opera, chiesa o palazzo che sia, e altre opere dello stesso artista o di artisti diversi da porre a confronto. Questa idea, fa notare uno dei Trends, è già possibile realizzarla utilizzando un semplice tablet come supporto per l'applicazione. La seconda proposta vede la creazione di un museo laboratorio in cui il visitatore, dopo aver partecipato alle attività pratiche, si porta a casa un'abilità. Il gruppo mette in luce come questo concetto si applichi benissimo ad un museo scientifico dove attraverso esperimenti, e in tale ambito sì che la digitalizzazione risulta assai utile, si impara "come succedono le cose". Diamo l'imprimatur ai Makers e così fanno i Crowd con noi.

Con il backcasting si pone fine a questo pomeriggio da sognatori. Intitoliamo Work Around il progetto numero uno: con l'opera al centro l'esperienza si aumenta attraverso tecnologie convergenti personalizzabili e socializzabili. I passi a ritroso per arrivarci sono il reperimento dei dati, la costruzione di una tecnologia che funzioni, la verifica di eventuali copyright sui dati, la scelta di Google per attuare il progetto, e il calcolo del budget necessario. Il progetto numero due si intitola, invece, Insight Mixed Reality. Su alcuni pezzi di deposito si costruiscono performance in base ai likes ricevuti. Occorrono quindi i likes, una strategia di comunicazione, un ufficio in cui comunicazione e sviluppo tecnologico vanno di pari passo, un budget per costituire l'ufficio e un museo dove promuoverlo. Una volta che avete aggiunto tutti gli ingredienti, assicuratevi di mescolarli nell'ordine corretto otterrete così i nuovi Gardaland del futuro.

Elga Acerno