

Digitalizzazione, patrimonio culturale, creatività, identità europea.

di Paolo Giardiello

RISE

NUMERO IV | 2017

CULTURA | PATRIMONIO CULTURALE

Paolo Giardiello

Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Napoli Federico II

Abstract

Digital technologies have intervened in the trial of fruition and knowledge of “heritage”, the relationship between the work and the user is filtered by levels of communication and learning staggered in the time, personalized, based on the expectations of the single one. The new frontier of such relationship between consumer and exposed work is that in which the process of knowledge is not only accompanied and elaborate according to specify criterions, but it originates from the work that is not the object of the perception but the craftsman of the relationship with the user, the work questions and stimulates the consumer and conducts him in a process of knowledge based on his profile. The visitor goes out of his passive role, he overcomes the phase of knowledge and learning and he enters in an interactive relationship with a work that doesn't intend to disclose her own aesthetical value consumed by the culture of the image but her real meanings.

The museum that will come is the museum that doesn't exist. It won't be a new museum, not a further space founded upon innovative or amazing criterions; the museum that we can imagine and to wish in the next future is a museum connected to the territory, to the memory of the places, to the cultures and the traditions of the countries, it is therefore a place that already exists, it is a museum that can be born from the integration of all the museums that insist in a place, it is a diffused and continuous museum that “exposes” not only the works of art but also the landscape, the architecture, the city, the culinary traditions, the products of the earth and the handicraft wisdom, the dialects, the music, the style of life.

La contemporaneità, intrisa della nuova cultura digitale, ha modificato i fondamenti, storicamente condivisi, del concetto di “luogo” e di “tempo”. Essere in un “luogo”, oggi, non comporta necessariamente la presenza fisica, in quanto è sufficiente attivare tutti gli strumenti di comunicazione ed informazione digitale per conoscere o essere in contatto con contesti molto lontani, per appropriarsi e godere di specificità locali, per dialogare con chi vi abita, anche se solo virtualmente. Tale trasferimento di significato dall'esperienza fisica a quella virtuale implica, evidentemente, uno spostamento di attribuzione di valori dal dato oggettivo a quello mediato da strumenti, una modificazione del dato sensoriale dell'esperienza verso quello di una “coscienza planetaria”¹, come definita da Marc Augé, una conoscenza filtrata e indiretta ritenuta, tuttavia, sufficiente a costruire un determinato bagaglio di nozioni e di consapevolezza. L'immaterialità degli strumenti della percezione e della “frequentazione” dei luoghi ha alterato il concetto stesso di “distanza”, come anche quello di appartenenza, di radicamento. Si può ritenere di “essere” in un determinato luogo perché la conoscenza indiretta, come la comunicazione a distanza con chi vi risiede, può soddisfare, senza costi o perdite di tempo, l'esperienza desiderata, rinunciando però al tempo necessario per “sorprendersi” o ottenere per stadi successivi l'approfondimento di una ricerca percettiva e culturale.

Il tempo, a sua volta, ha mutato il suo ruolo di scandire e ordinare la vita quotidiana, l'intervallo tra pensiero, azione ed esito è diventato sempre più breve, anzi è richiesto immediato quasi fosse impossibile immaginare un periodo di attesa per ricevere i frutti di una serie di attività. La risposta di ogni operazione deve essere, come si suol dire, in tempo reale, altrimenti viene messo in dubbio l'intero processo; anche l'attesa positiva, quella che nasce dalla sedimentazione di scoperte e di emozioni, non è presa più in considerazione se troppo dilatata nel tempo.

La comunicazione stessa è oggi mutata mettendo in discussione principi tradizionali. Il capire e farsi capire, che ha sempre implicato l'incontro di linguaggi, segni e simboli differenti, è oggi appiattita su una piattaforma comune, ridotta a pochi riferimenti che comunque evitano, accuratamente, specificità non facilmente trasmissibili, giungendo ad una banalizzazione di principi comuni che si compiace solo della rapidità e dell'immediatezza.

Da ciò scaturisce un interrogativo che è alla radice della odierna società digitale: qual'è il limite tra pub-

¹ M. Augé, *Che fine ha fatto il futuro? Dai nonluoghi al nontempo*, ed. elèuthera, Milano 2009, trad. it. di Oû est passé l'avenir?, ed. Panama, Paris 2008

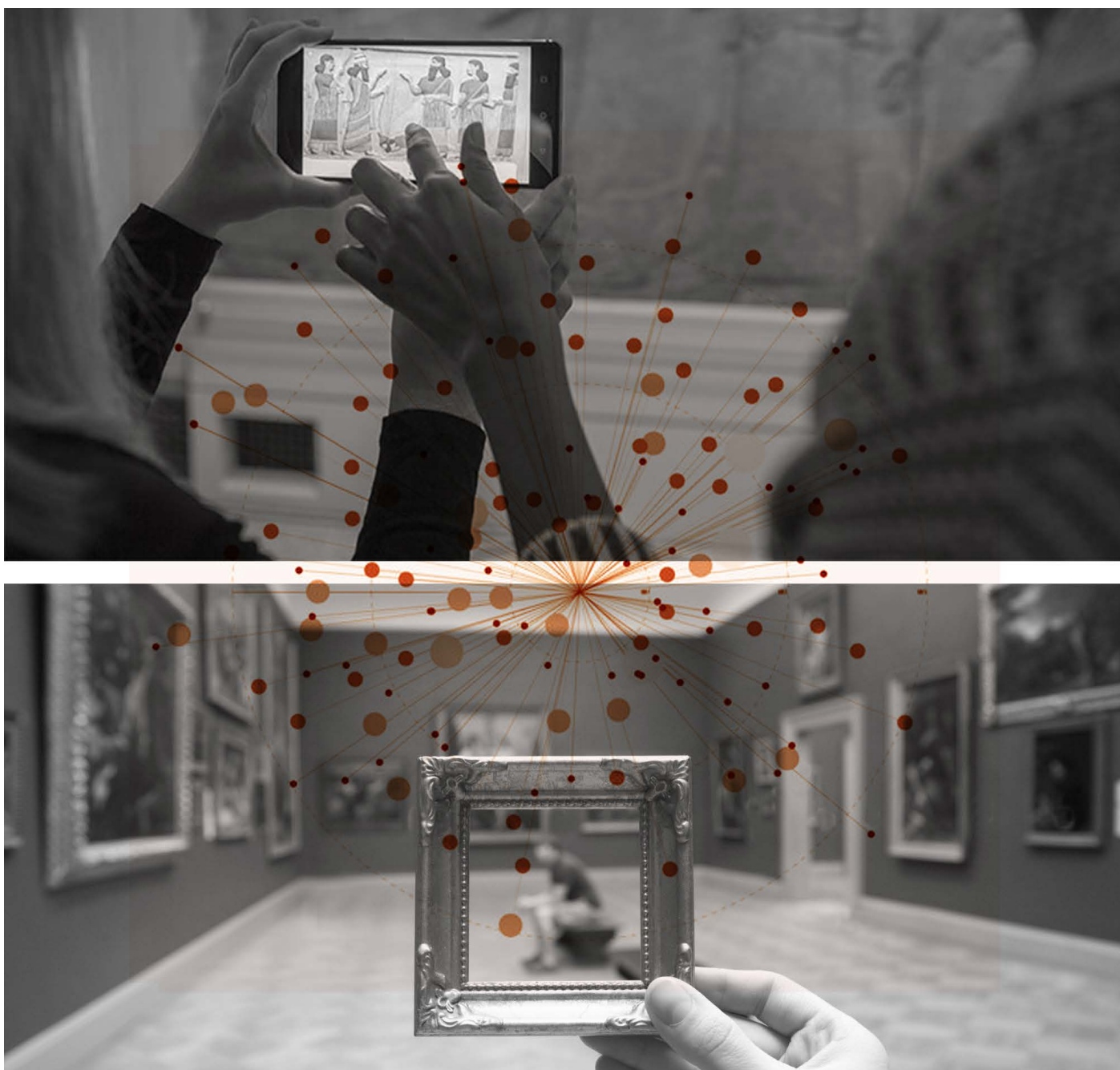


Fig.1: Realtà aumentata. Elaborazione grafica di immagini e segni grafici

blico e privato, tra individuale e collettivo, tra intimo e condiviso? Questo perché la costante manifestazione del proprio pensiero, oltre che l'apparente possibilità di accedere ad ogni informazione, così come l'esposizione e la dimostrazione continua di ciò che si fa o si pensa, ha alterato i confini tra tali categorie rendendo difficile, in una sovraesposizione senza filtri, capire cosa sia necessario comunicare e, di conseguenza, quanto sia delicato apprendere ciò che gli altri mettono a disposizione della conoscenza altrui.

Non solo, tale vaghezza rende difficile la stessa definizione di appartenenze e radicamento, di esclusività e quindi di possesso, di proprietà – materiale e intellettuale – di un “bene” o una idea.

Ciò che è un “bene” è un valore riconosciuto che appartiene a tutti, e non semplicemente perché accessibile a chiunque o “messo a disposizione”, quanto piuttosto perché il suo significato, il suo portato culturale è condiviso e compreso dai più.

La riproducibilità propria dei mezzi digitali, la diffusione delle immagini e delle nozioni, ha alterato finanche il valore dell'originale rispetto alla copia; la realtà virtuale, mettendo in discussione il “vero”, ha diminuito l'esigenza di autenticità rispetto alla possibilità di riproduzioni infinite o di verosimiglianza. Invero tale principio non è nuovo, la differenza tra copia e originale appartiene alla relativamente recente cultura dell'arte intesa come “prodotto”, come “merce” da vendere, a differenza di culture del passato,

come quella romana ad esempio, per la quale un'opera poteva essere riprodotta – cioè copiata – infinite volte al fine di divulgare i suoi valori, il portato di sensi e significati. Con l'avvento delle tecnologie contemporanee la riproducibilità, grazie a particolari macchine o tecniche, è entrata come variabile nel giudizio di valore artistico, tanto che correnti del moderno l'hanno teorizzata come base del loro lavoro.

Il valore di simbolo raggiunto da alcune opere d'arte – o artisti – fa sì che per esse non sia più sufficiente la semplice conoscenza diretta, la contemplazione dell'originale ma che risulti necessario un approfondimento che vada oltre l'aspetto percettivo e metta in gioco un livello maggiore di conoscenza oltre che un coinvolgimento di tutti i sensi. Esposizioni temporanee, allestimenti multimediali, attraverso le tecnologie digitali, oggi “entrano” nell'opera d'arte, mostrandone nel dettaglio aspetti altrimenti non visibili, raccontano la sua storia, i particolari della sua esecuzione, le tecniche e i materiali, il tutto in una esperienza che diviene attiva per il fruitore che entra in una dimensione di partecipazione completa, fino a divenire, spesso, parte integrante dell'allestimento stesso.

Da questo punto di vista è evidente che le tecnologie digitali sono intervenute prepotentemente nel processo stesso di fruizione e conoscenza di un “bene”, la relazione tra l'opera e il fruitore è sempre più filtrata da livelli di comunicazione e di apprendimento scaglionati nel tempo, personalizzati, consultabili a richiesta, dimensionati sulle aspettative del singolo. La nuova frontiera di tale rapporto tra utente e opera esposta è quella in cui il processo di conoscenza non solo è accompagnato ed elaborato secondo precisi criteri, ma proviene dall'opera stessa che non è più l'oggetto della percezione ma l'artefice del rapporto con il fruitore, è lei che interroga e stimola l'utente e lo conduce in un processo di conoscenza coerente con il suo profilo dichiarato. Il visitatore esce dal suo ruolo passivo, supera la fase di conoscenza e apprendimento ed entra in una relazione interattiva con un'opera che non intende più svelare il proprio valore estetico consumato dalla cultura dell'immagine, ma i suoi reali contenuti – originari e attualizzati – al fine di comprenderne il ruolo presente e attivo nella società in divenire.

In campo museale, gli allestimenti, sia essi museografici che temporanei, hanno già raggiunto la consapevolezza di superare la “solitudine” o la singolarità dell'opera d'arte e propongono percorsi conoscitivi complessi, composti da diversi tipi di opere e reperti, costruendo un racconto affascinante in cui il fruitore non è solo lo spettatore ma uno dei protagonisti in grado di interagire e intervenire nella trama predisposta per soddisfare esigenze di informazione e apprendimento sempre nuove. I sistemi espositivi ormai prevedono correntemente una compresenza di opere originali e di simulazioni virtuali o di eventi multimediali in grado di esplicitare i sensi del singolo reperto così come

di manifestare il significato stesso dell'allestimento voluto dal curatore. Musica, suoni, odori, effetti speciali partecipano alla “messa in scena” della trama immaginata, insieme alle opere esposte, per raccontare l'evento culturale.

Se questo è il ruolo del museo nell'attualità come sarà quello del prossimo futuro?

A fronte dell'enorme rinnovamento dei criteri espositivi e museografici, malgrado l'architettura dei nuovi musei espressione principalmente degli esponenti più in vista di tale categoria professionale, tenendo in conto dell'enorme quantità di musei storici, piccoli e medi musei, collezioni private, case museo e monumenti museificati, in sintonia con il condiviso valore di bene culturale dei centri storici o antichi, delle metropoli stratificate, dei siti archeologici e dei paesaggi tutelati, non è una provocazione immaginare che il museo che verrà è il museo che non c'è. Non sarà un museo nuovo, non un ulteriore spazio fondato su criteri innovativi o stupefacenti; il museo che possiamo immaginare e auspicare nel prossimo futuro è un museo collegato al territorio, alla memoria dei luoghi, alle culture e alle tradizioni dei paesi, è quindi un luogo che, in nuce, già esiste, è un museo che può nascere dalla integrazione di tutti i musei che insistono in un determinato luogo, è un museo diffuso e continuo che “espone” non solo le opere d'arte ma anche il paesaggio, l'architettura, la città, le tradizioni culinarie, i prodotti della terra e della sapienza artigianale, i dialetti, la musica, lo stile di vita.

È la città come museo della storia, dell'antropologia e della cultura dell'abitare; è lo scavo archeologico inteso come luogo dove esporre i contenuti del tempo e non i reperti del passato; è il paesaggio antropizzato e culturale come museo delle tradizioni, delle arti e dei valori insediativi; è l'area industriale dismessa quale museo del lavoro delle tecnologie, dei materiali locali, delle lotte sociali e sindacali. Si tratta di immaginare la messa a sistema quindi dei musei già esistenti, dei luoghi e dei monumenti, delle attività e delle tradizioni che sono il connettivo su cui insistono, attraverso una forma di ordinamento di tipo digitale innovativo. Il progetto del nuovo museo in tale senso sarà un *format* digitale che “conterrà”, o più semplicemente relazionerà e confronterà, ciò che si desidera unire in un unico percorso conoscitivo a tema. Tale museo potrà variare e aggiornarsi, rinnovarsi e costruire nuovi percorsi fruitivi, a partire proprio dai criteri di ordinamento che useranno le piattaforme digitali condivise come strumento di comunicazione e dialogo, in una modalità relazionale e interattiva con i possibili utenti.

A fare da amalgama fisico e tangibile di tale museo dei musei saranno piccoli inserti puntuali in luoghi sensibili del territorio e soprattutto gli allestimenti temporanei. La temporaneità, intesa come espressione tangibile di interventi diffusi e capillari nel recinto significativo che definisce il “museo diffuso”, rappresenterà una proposta sempre nuova e attuale, una offerta stimolante e variegata, per

leggere in chiave innovativa ciò che oggi già esiste e che necessita di entrare a far parte di un percorso significativo fatto di episodi collegati in maniera omogenea tra loro. Ciò che è temporaneo a volte è più duraturo nella memoria di ciò che invece è costantemente sotto gli occhi di tutti. L'eccezionalità dell'evento, la sua eventuale cadenza temporale, può rendere più attrattivo un luogo rispetto ad una offerta continua non in grado di sostenere le variazioni di gusto e di interesse.

Per questo la sintesi tra bene culturale diffuso e riconosciuto, tra museo e allestimento temporaneo dello spazio

pubblico può divenire una nuova forma di museo, il museo di domani, che, fin quando non sopravverranno nuove esigenze espositive o nuove tipologie di opere d'arte, può rappresentare il contenitore delle memorie e delle culture del prossimo futuro, un contenitore a cui la vita delle persone non è estranea ma è uno dei contenuti fondativi.

In copertina: Architettura virtuale. Elaborazione grafica di: Ettore Sottsass, Metafore: Architettura Virtuale, 1973



Realtà VS Finzione. Elaborazione grafica di: immagine raffigurante l'allestimento dell'opera di Vincent van Gogh, La camera di Vincent ad Arles, 1888 (olio su tela 30x70 cm), dell'allestimento Van Gogh Alive – The Experience, tenuta a Roma dal 4 maggio al 30 giugno 2017, presso l'ex Chiesa di San Mattia a Roma, e dello schizzo a penna contrappuntato su una lettera scritta da van Gogh in data 17 ottobre 1888.