

POST SCRIPTUM: I MUSEI E LA DIMENSIONE DIGITALE IN ITALIA AL TEMPO DEL CORONAVIRUS

Proprio quando questo volume era pronto per andare in stampa, siamo stati tutti costretti a cambiare abitudini e stili di vita perché chiamati a rimanere in casa per evitare, o almeno contenere, il diffondersi del contagio da Coronavirus.

Tutto ha chiuso: scuole, università, aziende, negozi e... musei.

Non potevo dunque lasciare che questo libro, dedicato a musei e cultura digitale, uscisse e si presentasse al mondo privo di una riflessione dedicata all'eccezionale contesto che i musei si sono trovati ad affrontare in questo drammatico momento storico, che ha toccato per prima l'Italia settentrionale.

Perché?

Perché è stata proprio la chiusura dei musei a rendere evidente con straordinaria immediatezza che la relazione fra musei e pubblici esiste, ed è necessaria, anche quando le istituzioni fisiche si trovino a dover chiudere i propri palazzi, a non avere possibilità di contatto con il *visitatore fisico*, con colui che per tanto tempo la museologia più tradizionale e conservativa ha riconosciuto come *unico vero visitatore*.

E invece...

Dal momento immediatamente successivo alla chiusura, i musei che erano "attrezzati" teoricamente, con convinzione e con risorse adeguate, hanno sentito la necessità di presidiare e tenere acceso il loro discorso con i propri pubblici, via web e sulle piattaforme social.

Di fatto, proprio a chiusura del mio lavoro, si è appalesata la totale strumentale (quanto diffusa anche in ambito giornalistico) irrilevanza della contrapposizione on-line/fisico: è stato un unico ecosistema istituzionale, un unico organismo, che ha reagito alla chiusura dei musei.

La connessione, più che la comunicazione, ha rivelato lo stato di necessità che trova la sua risposta nei social network, nei siti web dei musei, nella disponibilità dei loro più vari archivi in rete.

A conferma di quanto avete trovato nelle pagine precedenti, evidentemente non per caso, Christian Greco, direttore del Museo Egizio di Torino, ha messo in salvo la “passeggiata con il direttore” in museo mettendo a disposizione video-pillole sui social network.

La Pinacoteca di Brera di Milano ha lanciato video e foto corredati di hashtag programmatici quali Voci dal museo, my-Brera, Appunti per una resistenza culturale.

Il Muse di Trento da giorni trasmette su Facebook laboratori per insegnare *coding* ai giovani a partire dal famosissimo Scratch del MIT.¹

Il Museo della Scienza di Milano ha lanciato l’hashtag #storieaportechiuse che propone contenuti del museo sui propri canali Facebook e Instagram ufficiali.

Conferma ulteriore abbiamo da Carolyn Christov-Bakargiev che lancia l’iniziativa *Cosmo Digitale* dal Castello di Rivoli a Torino, esplicitando in alcuni passaggi che il web è una sede *tout court* e che, quindi, il museo è da considerarsi aperto.²

Insomma molti dei musei italiani dei quali abbiamo accennato nelle pagine precedenti, ma anche altri, si sono attivati con grande naturalezza, semplicemente cambiando dimensione spaziale, assicurando continuità di servizio e relazionale.

Ma, come già ribadito in questo volume numerose volte, la dimensione digitale richiede competenza, risorse, infrastrutture adeguate.

La rincorsa, a tratti con evidente affanno, dei giorni scorsi a

¹ Raccontato da Samuela Caliarì su Artribune: Musei e didattica. Il Museo delle Scienze di Trento, “Artribune”, 9 marzo 2020, <https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/didattica/2020/03/intervista-museo-scienze-trento>.

² <https://www.castellodirivoli.org/mostra/digital-cosmos>.

presidiare il territorio dei social da parte di tutte le istituzioni museali non ha mancato di disvelare differenze sostanziali nella dimestichezza e nella naturalità dell'esposizione on-line; non in tutti i casi, cui siamo comunque grati per l'impegno, si sono visti prodotti o idee all'altezza, o insomma esiti felici, semplicemente perché non ci si improvvisa nella fretta congestizia, senza una riflessione ampia.

Tra le esperienze che non si possono improvvisare è l'offerta della visita virtuale del museo on-line nelle sue due varianti: la consultazione della collezione on-line, che ha sviluppato invece con successo la Pinacoteca di Brera in autonomia; oppure il tour virtuale; quest'ultimo non diffusissimo in Italia (si veda quello esemplare dell'Egizio di Torino dedicato alla mostra *Archeologia Invisibile*).³ È da segnalare, tuttavia, che numerosi musei italiani hanno sviluppato i loro tour grazie alla collaborazione con Google Arts and Culture, come la Galleria degli Uffizi.⁴

Non ultimo, l'infrastruttura che consente di connettersi ha mostrato le sue debolezze e lacune, non solo nella distribuzione sul territorio nazionale, ma anche sul carico della rete dati.

Mai come oggi un segnale da parte del Governo dovrebbe essere dato sulla distribuzione capillare del 5G; senza la disponibilità di connessione stabile l'intera creazione di contenuti resta del tutto vana, come è stato evidente a chiunque stia conducendo esperienze di insegnamento via web in tempo reale.

Forse era necessaria un'occasione così straordinariamente drammatica per dare definitiva conferma teorica, attestata dalla pratica, che un museo è un'istituzione al servizio della società, in relazione con la comunità, locale e globale, e che proprio in questa relazione risiede la sua ragion d'essere. Tale relazione e connessione è al momento possibile solo attraverso i canali digitali.

³ <https://museoegizio.it/static/virtual/ArcheologiaInvisibileITA/index.html>.

⁴ <https://artsandculture.google.com/streetview/uffizi-gallery/1AEhLnfyQCV-DQ>.

Non era poi difficile da immaginare data la maturazione nella museologia: essere dedicati al visitatore, e non alla collezione, significa che senza visitatore, a porte chiuse, non c'è museo e lo dico – sia ben chiaro – con tutto il rispetto per la funzione primaria della conservazione del patrimonio.

E infatti la funzione del museo si è, ancora una volta, assestata su messaggi sociali che nulla hanno a che vedere con gli oggetti conservati: l'hashtag #iorestoacasa, richiamo al rispetto delle regole a beneficio della comunità, è circolato sui social di tanta parte delle istituzioni culturali.

Nelle interviste che ho condotto una domanda cardine era sempre presente: “là fuori ci sono due mondi o ce n'è uno solo?”.

Una risposta fenomenica quanto evidente ci arriva ora, nel bel mezzo di questa crisi: ne esiste uno solo, ibrido e interrelato, e definitivamente e palesemente necessario in questa composizione.

Il web, la rete, i social, non sono superficiali strumenti di comunicazione, o promozione, ma un luogo, un pezzo di mondo come quello fisico, con le sue infinite sfumature e valori.

Devo però dedicare con rammarico un pensiero al tema della sostenibilità: alcuni esempi virtuosi di gestione, senza fondi pubblici, si trovano in grande difficoltà. Chi ha saputo sapientemente provvedere al proprio equilibrio finanziario con mezzi propri grazie alle entrate garantite dal pubblico, dall'affitto spazi, dalle vendite del bookshop è ora in grave rischio.

Anche questa volta il bagaglio e il potere del digitale possono aiutare: personalmente ho fatto il gesto simbolico di acquistare una borsa dallo shop on-line del Museo Egizio, certa che i musei avranno presto bisogno di tutto il nostro sostegno.

Ma se lanceranno una campagna di #crowdfunding so che saremo in tanti a sostenerli.

13 marzo 2020