il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



Il digitale per il patrimonio e i musei, Firenze dice la sua

Con il primo G7 della Cultura (che non a caso ha avuto luogo a Firenze) si apre un confronto internazionale sulla comunicazione digitale del patrimonio culturale. Intervista a monsignor Timothy Verdon, direttore del Museo dell'Opera del Duomo

FIRENZE. **Il primo G7 della Cultura** (30-31 marzo 2017) ha trasformato Firenze in un simbolico palcoscenico internazionale con ministri ed intellettuali che hanno animato un **confronto sul futuro della gestione del patrimonio**. Si è parlato di **tutela** ma, soprattutto, di **comunicazione**, di **strumenti** e di **obiettivi** per coinvolgere un pubblico sempre più ampio di visitatori, **nell'ottica di un'industria del turismo volta all'educazione e non solo al consumismo**. Si è parlato quindi di strategie affinché il patrimonio veicoli un dialogo tra popoli e contribuisca, così, ad una ideale pace nel mondo. Palazzo Vecchio, Palazzo Pitti, l'Accademia delle Arti del Disegno, il Museo dell'Opera del Duomo hanno ospitato tavole rotonde che hanno portato alla definizione della dichiarazione firmata dai Ministri, in occasione della riunione **"La cultura come strumento di dialogo tra i popoli".** Tre i punti chiave che determinano il valore del patrimonio che:

1. contribuisce a preservare l'identità e la memoria dei popoli e favorisce il dialogo e lo scambio interculturale tra tutte le Nazioni, alimentando la tolleranza, la mutua comprensione, il

riconoscimento e il rispetto delle diversità;
2. è uno strumento importante per la crescita e lo sviluppo sostenibile della società, anche in termini di prosperità economica;
3. è, al contempo, un **motore e oggetto delle più avanzate tecnologie, nonché uno dei principali ambiti in cui misurare le potenzialità e le opportunità offerte dall'era digitale**.
A quest'ultimo punto è stata dedicata la prima edizione della conferenza internazionale **Museum: Digital Transformation** (vedi box).



Di questo, cioè di quale visione debba accompagnare la trasformazione digitale del patrimonio, ne abbiamo parlato con **monsignor Timothy Verdon, Canonico della Cattedrale** e **direttore del Museo dell'Opera del Duomo,** che auspica una digitalizzazione come mezzo per avvicinare popoli e culture in un dialogo che rimetta al centro l'uomo. Un messaggio cristiano, insito nell'architettura e nell'arte sacra del Museo fiorentino che aspirano a rilanciare un nuovo Umanesimo. Un impegno ideale espresso da una città come Firenze, capitale del Rinascimento e, speriamo, protagonista dell'attesa Rinascita del Terzo Millennio.

Monsignor Verdon, il Museo dell'Opera è stato un successo immediato sia per la qualità del progetto museologico che come attrattore di visitatori. Cosa ha mosso quindi il Suo interesse ad accettare la complessa sfida della comunicazione digitale?
La comunicazione è stata il nostro primo obiettivo nel progetto del nuovo museo; una comunicazione chiara, laddove nei discorsi di alta cultura, sia in Italia che nel mondo, permane un alone di esclusività, in particolare intorno alla realtà dei musei. L'allestimento in sé spettacolare intende comunicare emozioni, perché l'arte è sempre emozione, ma anche contenuti. Oggi la digitalizzazione è uno degli strumenti più utili per comunicare, così noi abbiamo voluto chiamare colleghi da tutto il mondo per parlare insieme di queste potenzialità della comunicazione, proprio allo scopo di approfondire in termini tecnologici contemporanei come è meglio far evolvere questo nostro obiettivo che è comunicare al maggior numero di persone.

Quanto è complesso dotare un museo come quello dell'Opera del Duomo delle

tecnologie necessarie alla sua digitalizzazione?

Per fortuna non sono tecnologie fisicamente invasive. Rimangono opzioni che il singolo visitatore può attivare a seconda del proprio interesse. Non tutti devono adeguarsi ad un modo di comunicare che può non essere familiare o addirittura non piacere. Sono tecnologie che mettiamo a disposizione a coloro che sono già abituati e che le desiderano, senza nulla togliere a chi invece preferisce visitare il museo in un modo più tradizionale, quindi il nostro obiettivo è di poter dare a chi vuole senza imporre a chi non vuole. In un mondo globalizzato ci sono molte mentalità, lingue e tradizioni culturali diverse. Noi vogliamo cercare di accogliere e rendere possibile la fruizione del museo a tutti.

Project ARM ha studiato una app che interagirà con gli *smart phones* dei visitatori. Può dirci cosa avete chiesto a questi progettisti e cosa dovrebbe offrire questa nuova tecnologia?

Il nostro obiettivo principale è la comunicazione di quelle verità storiche, idee e credenze che hanno dato forma sia agli edifici che agli arredi e alle opere d'arte. Con questo spirito di intenti, abbiamo chiesto a chi ci costruiva le applicazioni di configurare un ipertesto molto agile ed estremamente ricco che permettesse ai visitatori di diversi interessi e livelli culturali di trovare subito le informazioni di base e le "finestre" che permettono di passare poi agli approfondimenti. La nostra enfasi era soprattutto sulla disponibilità di informazione, configurata in un modo non miscellaneo o confuso, ma già strutturata. Così come quando ti avvicini ad un edificio come il Duomo, anche se arrivi da una viuzza o da una via principale, frontalmente o lateralmente, hai sempre però l'impressione di un intero edificio e vieni invogliato da qualsiasi punto tu provenga a girargli intorno. L'applicazione segue lo stesso principio.

Il progetto museologico nasce come percorso educativo e di fede. Pensa che vi sia il rischio che la digitalizzazione lo trasformi invece in un'esperienza ludica e superficialmente sensoriale?

Nella misura in cui il tecnico rispetta la nostra richiesta di privilegiare la comunicazione dei contenuti alla brillantezza tecnologica fine a se stessa, disciplinando il mezzo al nostro fine, il fruitore capisce che la tecnologia è asservita alla comunicazione dei nostri contenuti e che la natura stessa del Museo e dei capolavori che esso offre ha carattere religioso. Anche quando approfondisce gli aspetti apparentemente solo storici o umanistici, il Cristianesimo parla di un

Dio che si è fatto uomo, per cui non esiste discorso umano che non entri nel discorso religioso. Noi abbiamo chiesto a quanti hanno lavorato con noi di creare strumenti tecnologicamente evoluti, ma di subordinarli al contenuto dei significati sacri.

E' molto vivo il dibattito sul significato del patrimonio in quella che è stata definita l'Era della "post-verità". Cosa implica nel modo in cui tuteliamo il nostro patrimonio e come può la digitalizzazione aiutarci a riaffermare il valore della "verità"?
Il mondo intero oggi vive la minaccia di un terrorismo fondamentalista che dice di radicarsi in una fede e tradizione religiosa, anche se, abbiamo ragione di dubitare la sincerità, o quantomeno la validità di questa rivendicazione. Credo che i nostri contemporanei, che per molti anni hanno mirato a marginalizzare l'antica tradizione religiosa dell'occidente Giudeo-Cristiano, hanno finalmente capito che un fondamentalismo radicato in una fede religiosa non si può contrastare con la cultura liquida, ma ci vuole qualcosa di molto solido e ancorato nella storia. Anche chi oggi non professa più la fede un tempo universale in Europa, cioè il Cristianesimo, trova nelle grandi chiese e nelle opere sacre nei musei l'incarnazione dei valori che ci accomunano come Occidentali. Credo che aldilà di essere politicamente corretti, ci sia oggi veramente fame e sete, cioè urgenza, di comprendere quanto si possa rivendicare di questa antica tradizione, anche se non siamo più tutti credenti. La cultura Giudeo-Cristiana a questo si presta perché non ha solo costituito la base del nostro modo di pensare e di legiferare, pensiamo ai dieci Comandamenti, ma ha dato vita ad un modo di concepire la dignità della persona umana che rimane con noi, anche se molti oggi escludono Cristo da questo percorso. Così, in una città come Firenze, anche i non credenti riscoprono la sorgente del nostro sistema di valori, e lo fanno in un modo meno condizionato dal pietismo, perché l'arte fiorentina è umanistica e già nel suo nascere voleva convivere con un modo di concepire l'Uomo ereditato dalla Grecia e dalla Roma antica. Credo che oggi gli Occidentali e anche persone provenienti da altre aree culturali che comunque sono state toccate e condizionate dall'esperienza, anche attraverso il Colonialismo, della cultura occidentale, vogliono veramente scoprire questa "verità" insita nel nostro patrimonio culturale e come la si possa reimpiegare allo scopo di ridefinire la sacralità e la dignità della persona umana.

Immagine di copertina: la sala della Pietà presso il Museo dell'Opera del Duomo (© Mario Ciampi)

il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ

Per approfondire

La **conferenza internazionale Museum: Digital Transformation** (24 e 25 marzo) si è tenuta presso il Museo dell'Opera del Duomo, dove sono confluiti **22 relatori**, tra cui direttori, responsabili web marketing e professionisti del settore digitale di musei internazionali come **il Metropolitan Museum di New York, il British Museum, la National Gallery di Londra, il Rijksmuseum di Amsterdam e la Pinacoteca di Brera a Milano**. Nonostante la digitalizzazione abbia come finalità un'operazione politicamente corretta, come la democratizzazione della cultura, che perde la sua tradizione elitaria per diventare accessibile, inclusiva, dialogante e interattiva con una platea sempre più ampia di fruitori, le opinioni sulla visione e sugli obbiettivi di questa trasformazione sono state molto diverse.

Dopo una prima giornata dedicata a workshop operativi con i game designers **Matteo Pozzi e Pietro Polsinelli** che hanno rivelato la meccanica dello storytelling delle applicazioni educative per i musei, la seconda giornata ha invece visto confrontarsi i responsabili della comunicazione. **Loic Tallon e Linda Volkers**, rispettivamente del MET e del Rijksmuseum, considerano l'avanzamento tecnologico uno sforzo complesso che ha però dato i suoi frutti: il MET è passato da 6 milioni di visitatori l'anno a 30 milioni di utenti on-line; il museo olandese è oggi in grado di offrire una visita virtuale, ampliando così la propria visibilità nel mondo. **Hannah Boulton e Kate Carter** del British Museum e **Mona Walsh** della National Gallery hanno ricordato l'importanza di avere una visione che guidi questa trasformazione affinché la cultura non si svilisca ad un superficiale gioco tecnologico. Concetto ribadito da **James Bradbourne**, direttore della Pinacoteca di Brera, che ricorda che i «musei non sono un'industria del divertimento ma i luoghi dove si forma la nostra identità critica». La delocalizzazione della cultura, accessibile da qualunque postazione virtuale nel mondo rischia di diventare quindi un'operazione consumistica, legata alle logiche del mercato più che alla sensibilizzazione culturale delle masse.

Autore

Cristina Donati

Prima collaboratrice poi redattrice della testata online fin dagli esordi nel 2014.
Prematuramente scomparsa nel 2021. Studia architettura a Firenze dove consegue un Dottorato di ricerca in storia dell'architettura. Dopo la laurea si trasferisce a Oxford dove collabora con

studi professionali, si occupa di editoria e cura mostre per Istituti di cultura a Londra. Ha svolto attività didattica per la Kent State University (USA) con il corso di Theories of Architetcure. Scrive per numerose riviste internazionali e svolge attività di ricerca sull'architettura contemporanea e i suoi protagonisti. Dirige la collana editoriale «Single» sul progetto contemporaneo per la Casa Editrice Altralinea. E' autrice di saggi e monografie tra cui: «Michael Hopkins» (Skira, 2006); «L'innovazione tecnologica dalla ricerca alla realizzazione» (Electa, 2008); «RSH+P, Compact City» (Electa, 2014); «Holistic Bank Design» (Altralinea, 2015).