



Elena Ippoliti

Professore Associato di Disegno presso l'Università La Sapienza di Roma, dove è direttrice del Master in Comunicazione dei beni Culturali. Negli ultimi anni l'attività di ricerca è prevalentemente orientata all'approfondimento delle relazioni tra rappresentazione e tecnologie digitali per la valorizzazione e comunicazione del patrimonio culturale in particolare architettonico, urbano e ambientale.



Piero Albisinni

Laureato a Firenze, ha ricoperto il ruolo di professore ordinario di Disegno presso la Facoltà di Architettura di Roma Sapienza. Le sue ricerche più recenti sono orientate al Rilievo urbano, con l'obiettivo di aggiornare le metodologie di analisi alla luce delle nuove tecnologie e alla analisi dell'architettura attraverso il modello digitale, con l'obiettivo di un rinnovamento della didattica del Disegno dell'architettura.

Musei Virtuali. Comunicare e/è rappresentare

Virtual Museums. Communication and/Is Representation

Negli ultimi tempi il Museo si è profondamente rinnovato, estendendo le sue funzioni dalla conservazione alla produzione e promozione della cultura. Non più 'contenitore' di opere, ma luogo dove la conoscenza è costruita, comunicata e condivisa, in un complesso sistema di rapporti tra soggetti (istituzioni, curatori, studiosi, pubblico, visitatori, comunità, ecc.), patrimonio (materiale, immateriale, collezioni, territorio, paesaggio, ecc.) e tecnologie digitali (interazione, immersione, realtà virtuale, realtà aumentata, performance, ecc.). In questo contesto, a partire dall'affermazione per cui ogni atto di conservazione del Patrimonio è per sua natura un atto comunicativo, con la cura di questo numero della rivista l'obiettivo è stato quello di proporre alla discussione una riflessione su quali possano essere gli specifici apporti della Rappresentazione.

In recent years, museums have undergone profound renovation, extending their functions from conservation to the production and promotion of culture. They no longer serve as "containers" of works, but as places where knowledge is built, communicated, and shared in a complex system of relationships between subjects (institutions, curators, scholars, the public, visitors, the community, etc.), the heritage (material, immaterial, collections, the territory, the landscape, etc.), and digital technologies (interaction, immersion, virtual reality, augmented reality, performance, etc.). In this context, starting with the assertion that every act to conserve the heritage is naturally an act of communication, the aim is to propose a reflection on what the specific contributions of Representation may be.

parole chiave: Musei Virtuali, Rappresentazione, Comunicazione, Tecnologie digitali

key words: Virtual Museums, Representation, Communication, digital technologies

1. MISSIONI. DAL MUSEO DELLE COLLEZIONI AL MUSEO DELLE IDENTITÀ E DELLE DIVERSITÀ CULTURALI

Tra i diversi istituti e luoghi della cultura, non v'è dubbio che almeno negli ultimi decenni il Museo sia stato soggetto a grandi trasformazioni e rivolgimenti che ne hanno investito diversi piani, da quello del contenuto a quello del contenitore, da quello della conservazione a quello della comunicazione, dagli addetti ai lavori al pubblico, dall'istituzione stessa ai territori e alle comunità di riferimento. Un mutamento che ha origine già negli anni Sessanta del Novecento quando, da una nuova visione - 'inclusiva' - del bene culturale, deriva una diversa consapevolezza degli esperti del settore, anche nello specifico museale: del ruolo rivestito e della conseguente responsabilità verso la collettività. Ma ad incidere ancora più in profondità in questo cambiamento è l'affacciarsi sulla scena di un pubblico sempre più numeroso e competente, con una rinnovata attenzione ai contenuti culturali veicolati dal patrimonio culturale che spiega, ad esempio, il successo delle 'invenzioni' editoriali che in rivoluzionarono la pubblicistica del settore con opere pensate per la grande diffusione, caratterizzate da riproduzioni a colori, uscite periodiche e finanche in fascicoli. Un pubblico con nuovo atteggiamento nei confronti del mondo della cultura, con una presenza partecipe, come testimoniato, ad esempio, dalla fondazione in quegli anni di anni di numerose libere associazioni culturali, tra cui in particolare quelle cosiddette degli 'amici del museo'[1].

Un cambiamento di visuale che da allora procede inarrestabile, seppur con qualche inciampo, come ad esempio negli anni Ottanta quando i modelli adottati, se riguardati con la consapevolezza di oggi, non appaiono poi così distanti da quelli ottocenteschi che si volevano scardinare. Musei-capolavoro quali catalizzatori urbani nelle politiche di riqualificazione, come fossero dotati di poteri taumaturgici; oppure allestimenti centrati più sulla presentazione che sulla comunicazione per un pubblico trasformato in consumatore; o ancora mostre-evento, dove la spettacolarizzazione è funzionale ai processi di commercializzazione, ecc.

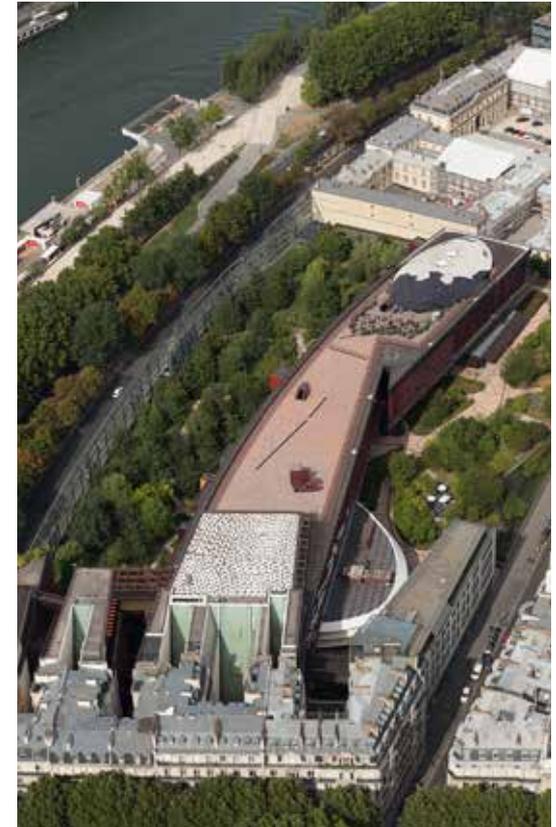
Ma il Museo ha continuato a procedere nella propria trasformazione, cercando di essere al passo con i mutamenti della società, di cui storicamente ha cercato di farsi sempre interprete. Così, oggi, con l'affermarsi dei

Fig. 1-4. Musei 'capolavoro'.

Fig. 1. Guggenheim Museum, Bilbao, Frank O. Gehry, 1997 (foto di Michael Reeve, 2005, ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Guggenheim-bilbao-jan05.jpg>).

Fig. 2. MAXXI - Museo nazionale delle arti del XXI secolo, Roma, Zaha Hadid, 2010 (foto di Berard Touillon, Fondazione MAXXI, 2010, ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.fondazionemaxxi.it/progetto-architettonico/>).

Fig. 3-4. Musée du quai Branly - Musée des Arts premiers o arts et civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques, Parigi, Jean Nouvel, 2006 (in alto a destra: foto di William Crochot, 2015, ultima consultazione 30 dicembre 2016, da [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mus%C3%A9_du_quai_Branly_-_20150801_16h07_\(10629\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mus%C3%A9_du_quai_Branly_-_20150801_16h07_(10629).jpg); in basso a destra: ultima consultazione 30 dicembre 2016, da https://it.wikipedia.org/wiki/File:Mus%C3%A9_du_Quai_Branly.JPG).



settori culturali e creativi quali “spina dorsale di una nuova economia fondata sulla conoscenza e sui contenuti” (Sciaccitano, 2015; Symbola, 2015; Symbola, 2016)[2], in presenza di un nuovo pubblico, multietnico e multiculturale, il Museo è chiamato a riconsiderare il proprio ruolo nella società. Se fino a ieri il compito preminentemente del Museo era quello di conservare e accrescere il patrimonio delle collezioni, oggi al Museo è chiesto di farsi interprete di un processo di ‘democratizzazione’ (Garlandini, 2010) non solo promuovendo la partecipazione ma collaborando all’emancipazione del proprio pubblico.

Da “spazio serializzato, reificante, desolante e desolato dove gli oggetti d’arte, giustapposti, figurano nella loro mera presenza *cumulativa*” (Landi, 2015, p. 446), da luogo di accumulazione di oggetti testimoni del sapere, ma muti e incomprensibili ai più, dove la conoscenza è riservata solo a un pubblico scelto fatto di pochi addetti ai lavori, oggi il Museo è chiamato ad assumere un diverso ruolo, finanche di essere soggetto attivo nelle politiche economiche e in quelle culturali, di promuovere la coesione sociale e di rafforzare il senso di appartenenza alla comunità.

Un cambiamento di visuale recepito anche dalla normativa italiana. Un primo passo in questa direzione è nel “Codice dei beni culturali e del paesaggio” la cui innovazione è nel concepire il Museo, seppur implicitamente, quale ‘bene di fruizione’ a disposizione della collettività[3]. Non gli viene però ancora riconosciuta una particolare specificità, trattandolo indifferente-



<http://disegnarecon.univaq.it>

Fig. 5-7. Musei scientifici. Fig. 5. A sinistra: Il frontespizio della *Historia Naturale* di Ferrante Imperato, Napoli 1599, nell’edizione di Venezia del 1672, la prima rappresentazione conosciuta di un gabinetto scientifico (ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.ausgepackt.uni-erlangen.de/presse/download/index.shtml>).

Fig. 6. In basso: Il Museo Galileo (già Istituto e Museo di Storia della Scienza) di Firenze radicalmente rinnovato negli spazi e nei contenuti nel 2010. Il Museo, che conserva ed espone le collezioni appartenenti all’Istituto e Museo di Storia della Scienza, attivo dal 1930, rappresenta una delle principali istituzioni a scala internazionale attive nella museografia scientifica, nella produzione di iniziative per la diffusione della cultura scientifica e nelle attività di documentazione e di ricerca. La visita al Museo Virtuale consente di esplorare oltre 1000 oggetti in esposizione tra immagini, animazioni, filmati e schede dettagliate. (ultima consultazione 30 dicembre 2016, da http://catalogo.museogalileo.it/?_ga=1.243654092.895364776.1483689071). Fig. 7. A destra: La Cité des sciences et de l’industrie, Parigi, specializzata nella diffusione della cultura scientifica e tecnica. Situato all’interno del Parc de la Villette su progetto da Bernard Tschumi è inaugurato nel 1991 (ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <https://99daysinparis.wordpress.com/tag/parc-de-la-villette/>



Museo Virtuale

Presentazione

Oggetti
Schede di tutti gli oggetti presenti nel Museo ordinate alfabeticamente.

Video per aree tematiche
Multimediali che ricostruiscono i contesti e le tematiche di riferimento degli oggetti esposti, consentendo un’ esplorazione delle Collezioni per soggetto.

Video in ordine alfabetico

Salè
Visita virtuale di tutte le sale del Museo con circa 1000 strumenti

Biografie
Schede biografiche dei personaggi citati, ordinate alfabeticamente, compresi gli Ideatori/Costruttori.

Approfondimenti
Tutte le schede di approfondimento e glossario ordinate alfabeticamente.

Catalogo del Museo Galileo
E’ possibile scaricare il catalogo completo in formato PDF (download 46 Mb)

mente agli altri istituti e luoghi della cultura – biblioteche, archivi, aree e parchi archeologici, complessi monumentali[4]. Un ritardo da cui deriva un'attardata definizione di Museo - "struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio" [5] - che non riesce ancora ad individuare il centro per le nuove missioni cui è chiamato.

Ben più radicale è il rinnovamento avviato nel 2014 dalla riforma dell'organizzazione del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo[6] che istituisce la Direzione Generale Musei cui affida "il compito di indirizzare, coordinare, diramare linee guida e sovrintendere al corretto avvio, allo sviluppo e alla realizzazione del Sistema museale nazionale, al fine di favorire un dialogo continuo fra le diverse realtà museali pubbliche e private del territorio per dar vita a un'offerta integrata al pubblico" [7]. Al Museo, dapprima ufficio della Soprintendenza, viene di conseguenza assegnata completa autonomia culturale e gestionale, riconoscendolo come "Istituto dotato di una propria identità, di un proprio bilancio e di un proprio statuto" [8].

Una diversa visuale da cui le nuove missioni del Museo che è istituzione "al servizio della società e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e le espone a fini di studio, educazione e diletto, promuovendone la conoscenza presso il pubblico e la comunità scientifica"[9].

Un rinnovamento in sintonia con quanto affermato in ambito internazionale con la Raccomandazione UNESCO del 2015 (UNESCO, 2015)[10] che riconosce il contributo del Museo nell'elaborazione "delle politiche pubbliche degli Stati membri nel campo della cultura e nel mondo contemporaneo, soprattutto in riferimento ai temi della conservazione del patrimonio, della creatività, della promozione della diversità culturale e naturale, dell'educazione, del progresso scientifico e della comunicazione" ovvero il fondamentale ruolo che il Museo svolge, attraverso la salvaguardia del patrimonio materiale e immateriale, "nella promozione dello sviluppo sostenibile e del dialogo interculturale"[11].

Un diverso sguardo, non più rivolto all'interno del Museo, ma al di fuori di esso: al pubblico, alle comunità, al patrimonio culturale diffuso sul territorio. Un diverso sguardo che necessita di nuovi linguaggi e di nuove for-

me di comunicazione e che motiva la riflessione proposta da questo numero di DISEGNARECON.

2. CONFIGURAZIONI. DAL MUSEO CONTENITORE AL MUSEO DIFFUSO

Fin dalla sua definizione giuridica fissata nel 1967 dalla Commissione Franceschini (Franceschini, 1967), di cui ancora oggi si può comprendere appieno la portata culturale rivoluzionaria (Pallottino, 1987, p. 8), l'ambito di interesse cui ci si riferisce con l'espressione Bene Culturale è ampio, ricomprendendo ogni "testimonianza materiale avente valore di civiltà"[12]. Un ambito di recente ulteriormente ampliato quando, in conformità con la Convenzione UNESCO del 2003, al Patrimonio Culturale materiale si è affiancato quello immateriale che, secondo la normativa italiana, è l'insieme costituito da pratiche, rappresentazioni, espressioni, saperi e capacità, come pure da strumenti, artefatti, oggetti, e spazi culturali associati, che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi anche i singoli individui, riconoscono come parte integrante del loro Patrimonio Culturale[13]. Un patrimonio, quello immateriale, che collabora alla costruzione del senso di identità e continuità culturale incoraggiando il rispetto per la diversità culturale tra le comunità stesse ed i soggetti coinvolti.

All'ampliarsi del patrimonio è corrisposto, ovviamente, l'ampliarsi degli 'oggetti' di interesse del Museo[14], innanzitutto quelli immateriali - dal saper fare ai riti, dalle installazioni effimere alle performance, ecc. Oggetti non più caratterizzati esclusivamente dalla fisicità ma-



Figg. 8-9. Musée des Confluences, Lione, Coop Himmelb(l)au, 2014. Gli oltre due milioni di reperti di svariate discipline delle sue collezioni ne fanno una sorta di 'gabinetto delle meraviglie' (Foto di Sergio Pirrone, ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.arketipomagazine.it/it/musee-des-confluences-a-lione-coop-himmelblau/> e <http://www.frameweb.com/news/visitors-and-prehistoric-creatures-meet-face-to-face-at-a-french-museum-by-coop-himmelb-l-au>).



vazione, esposizione e valorizzazione. Ma soprattutto un ampliamento del campo di interesse che obbliga il Museo a volgere lo sguardo secondo una diversa prospettiva, non più verso l'interno, ma rivolta al di fuori di esso: al patrimonio culturale diffuso sul territorio e alle comunità che lo abitano. Una nuova visuale che rende ancor più complesse le azioni da intraprendere per la realizzazione delle nuove missioni che il Museo è chiamato a svolgere.

3. L'ESPERIENZA CULTURALE. VALORIZZARE E/È COMUNICARE

La valorizzazione del Patrimonio Culturale non si esaurisce nel preservarne la materialità, ma si realizza a condizione che questo possa essere goduto e fruito dalla collettività. Tutte le azioni indirizzate alla sua conservazione, dalla condizione fisico-materiale all'approfondimento della conoscenza, acquistano senso se finalizzate nell'ottica di una messa a disposizione della comunità, favorendo la trasmissione della cultura, ovvero quel complesso di conoscenze, competenze e valori propri di una determinata società in un dato momento storico. Valorizzare dunque "implica la volontà di affermare il ruolo comunicativo, simbolico, sociale dell'oggetto della valorizzazione stessa. Un'azione di valorizzazione è, perciò, un'azione culturale e comunicativa che avviene all'interno di una comunità che si riconosce in un sistema di valori" (Salvarani, 2005, p.103).

Secondo questa impostazione, il Patrimonio Culturale può essere valorizzato solo a partire da una sua 'comunicazione intenzionale' ovvero 'finalizzata' in modo che, attraverso la messa in pratica di tutte le necessarie strategie, il bene possa essere compreso e fatto proprio dal destinatario della comunicazione stessa.

Un modello comunicativo che non si limita dunque al semplice trasferimento di conoscenze, ma un modello 'culturale' di comunicazione dove il destinatario della comunicazione sia partecipe, attivo nella costruzione di significati (Hooper-Greenhill, 2003).

Si tratta perciò innanzitutto di identificare il destinatario della comunicazione, il 'pubblico/visitatore', riconoscendolo quale individuo e quale appartenente a una determinata 'comunità di interpretazione' e che come tale porterà "con sé aspettative, conoscenze preesistenti, retroterra storico-culturali, capacità e stili di apprendimento, strategie interpretative" (Bodo, 2003, p. XIV).

Per colmare quella distanza tra ciò che è percepito e i significati soggiacenti, la comunicazione 'culturale' deve perciò farsi interprete di un'azione di 'mediazione culturale'. Una mediazione che, a sua volta, si realizza attraverso una sinergica relazione tra 'interpretazione' e 'presentazione' (ICOMOS, 2008), dove l'interpretazione è l'insieme delle potenziali attività che mirano ad aumentare la consapevolezza pubblica e migliorare la comprensione del patrimonio culturale, mentre la presentazione, più specificatamente, concerne una comunicazione attentamente pianificata dei contenuti interpretativi, garantendo comunque l'accesso fisico al sito del patrimonio culturale attrezzato attraverso adeguate infrastrutture interpretative.

Una mediazione che, inoltre, favorisce tra i visitatori la condivisione delle esperienze nella condivisione della visita stessa, divenendo così "fondamento comune che riunisce i partecipanti di una collettività" (Desvallées & Mairesse, 2016, p. 56) potendovisi perciò riconoscere. Questioni ancora più complesse e cogenti nel Museo in quanto statutariamente considerabile esso stesso come "sistema di comunicazione, anzi come uno dei prototipi di sistema di comunicazione" (Lugli, 1993, p. 80). per quelle specificità che lo differenziano dagli altri istituti e luoghi della cultura, tra cui vi si possono riconoscere in particolare due aspetti e cioè quello della

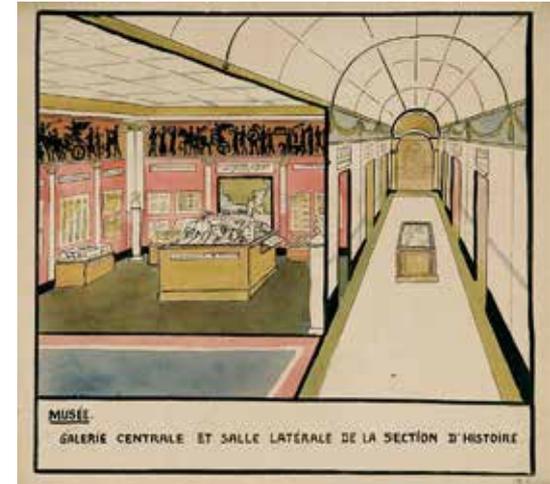


Fig. 12-13. Il Mundaneum. Fig. 12. Musée: Galerie centrale et salle latérale de la Section d'Histoire. Tavola dell'Encyclopaedia Universalis Mundaneum, 1920, Paul Otlet. La tavola dimostra l'innovativa esposizione museale organizzata per temi e con supporti di diversa natura. Fig. 13. Esposizione del materiale didattico organizzato da Otlet per l'Exposition Internationale di Bruxelles del luglio 1935. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Mundaneum?uselang=fr>.



‘presentazione sensibile’ e quello della ‘marginalizzazione della realtà’ (Desvallées & Mairesse, 2016, pp. 59-60; Marini Clarelli, 2011). Per il primo aspetto, infatti, in un Museo gli ‘oggetti’ esposti, materiali e non, beni e accessori, sono prima di tutto oggetti ‘sensibili’ ovvero interpretabili e comprensibili a partire dai sensi[17], prima di tutto la vista (trattandosi spesso di beni che hanno ‘figura’) ma anche l’udito, il tatto e, seppur più raramente, il gusto e l’olfatto. Pertanto in un Museo la comunicazione è di necessità distinta dal testuale ed anche dal verbale dipendendo “dal linguaggio non verbale degli oggetti e dai fenomeni osservabili. È innanzitutto un linguaggio visuale, che può diventare anche uditivo e tattile. Il suo potere comunicativo è così intenso che la responsabilità etica del suo utilizzo deve costituire una priorità per i professionisti museali” (Cameron, 1968, p. 34). Ma, per il secondo degli aspetti, per sua stessa natura il Museo è “il decontestualizzatore “per eccellenza” delle opere” (Antinucci, 2010, p. 36), trovandosi ad operare, per suo stesso statuto fondativo, a partire da un processo di ‘marginalizzazione della realtà’, dove ciò che

è esposto è per definizione decontestualizzato dalla condizioni originarie che lo hanno generato, trasformandosi così in oggetto muto, non più narrante. Il che è una contraddizione evidente, perché affinché un’opera – oggetto segnico – possa svolgere la sua funzione comunicativa è necessario che “il destinatario della comunicazione disponga del codice che i segni sempre sottendono e da cui la loro interpretazione necessariamente dipende” (Antinucci, 2010, p. 29). Inoltre, affinché un messaggio sia comprensibile è necessario disporre del contesto che il messaggio presuppone; dunque non esistendo “alcuna comunicazione che non abbia presupposizioni contestuali [la] condivisione di tali presupposizioni è fondamentale per la comprensione del messaggio” (Antinucci, 2010, p. 35). Nello specifico dell’opera d’arte, poi, “il ruolo del contesto è massimamente cruciale e delicato [perché] agisce in una situazione comunicativa – collettiva e dilazionata – in cui le presupposizioni, rispetto alle quali l’opera è costruita, sono accuratamente studiate e determinate dall’autore” (Antinucci, 2010, p. 35). Affinché un’opera - artefatto segnico-comunicativo,

sensibile e culturale – possa comunicare, e tale comunicazione possa essere compresa dal destinatario, è cioè necessario ri-proporla secondo le primarie ‘intenzioni’ per cui è stato creata, ovvero prima di tutto quelle degli ‘autori’- annoverando tra questi i committenti, i progettisti, le maestranze, ecc. – (Antinucci, 2010). Il che si traduce nella necessità di riallacciare quelle relazioni, tra opera, codici visivi e contesto che le ha generate, indispensabili alla sua comprensione definendo nuovi linguaggi e di nuove forme di comunicazione.

4. L'ESPERIENZA CULTURALE. TECNOLOGIE DIGITALI E MODELLI VISUALI

Le relazioni tra Information and Communication Technology e Patrimonio Culturale hanno via via interessato un ambito sempre più esteso, ad esempio, applicandosi, trasformandoli, ai processi, metodi, criteri e strumenti per l’acquisizione dei dati culturali e per l’elaborazione di questi in informazioni; oppure, indirizzandosi verso il rinnovamento di biblioteche, archivi e musei, per estenderne le funzioni da quelle esclusive

Fig. 14-16. Le origini del Museo Diffuso: la letteratura da viaggio.

Fig. 14. *I viaggi di Mandeville* (metà del XIV secolo) libro di viaggi, che ebbe enorme popolarità fino a tutto l’800. L’autore, Jehan de Mandeville, inglese, probabilmente non si mosse mai di casa. Manoscritto cartaceo proveniente dalla biblioteca dell’abbazia di Pfäfers, secondo quarto del sec. XV. Contiene la traduzione tedesca dei Viaggi di Mandeville di Otto di Diemeringen, largamente diffusa nel tardo Medioevo. Corredato di numerose illustrazioni colorate a penna e disegni a inchiostro (Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.e-codices.unifr.ch/it/ssg/0016/110r>).

Fig. 15. Marco Polo, *Le Livre des merveilles*; Odoric de Pordenone, *Itinerarium de mirabilibus orientaliū Tartarorum, traduit en français par Jean le Long*, edizione 1400-1420 manoscritta (ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b52000858n>).

Fig. 16. *Passeggiate romane* di Stendhal (Marie-Henri Beyle, 1783-1842), nell’edizione del 1956 con prefazione di Alberto Moravia e introduzione critica di Glauco Natoli.



della conservazione a quelle della produzione e promozione della cultura, ecc.

Ma in una prima fase le applicazioni delle ICT al Patrimonio Culturale non hanno prodotto mutamenti sostanziali, caratterizzandosi per “costi altissimi e difficoltà di diffusione effettiva come strumento di lavoro, di comunicazione, di edutainment, con un’efficacia irrisoria rispetto al potenziale teorico” (Gaiani, 2007, p. 17). Per ciò che riguarda il Museo le applicazioni per lo più ricalcavano le condizioni reali finendo per riproporre tutte le problematicità. Per oltre un ventennio a partire dagli anni Ottanta, le esperienze di ‘Museo Virtuale’ in buona sostanza si limitavano a proporre non più di un “clone digitale del Museo reale” (Galluzzi, 2010). Il metodo espositivo era simile a quello tradizionale, con le diverse opere ancora organizzate secondo microcosmi separati, i percorsi solo interni al museo anche quando virtuale, le relazioni imprigionate nel ristretto ambito del genere e della disciplina dell’opera esaminata. Spesso non erano sfruttate appieno neanche le potenzialità dell’ipertestualità e della multimedialità; raramente erano disponibili esperienze di interazione e la stessa modalità di fruizione e di esplorazione per lo più reiterava gli spazi, le forme e i modi del mondo reale (Galluzzi, 2010).

Recentemente il ripensamento è più profondo, favorito certamente dal progressivo potenziamento delle tecnologie digitali, ma soprattutto determinato dalle esigenze di un pubblico ‘nuovo’, sempre più ‘soggetto digitale’, che chiede l’adeguamento delle modalità di comunicazione dell’istituzione museale. Un nuovo pubblico sempre più in simbiosi con l’apparato tecnologico, dove “il medium è sempre meno tale e sempre più una nuova realtà che va appunto sotto il nome di virtuale, la quale non è più tanto mediazione di una realtà naturale, quanto [...] una nuova realtà” (Grienti, V., 2009, p. 77). L’efficacia del virtuale risiede così nell’essere un tipo particolare di artificiale che, a differenza degli altri tipi, pretende di essere naturale, e in virtù di tale naturalità, “coinvolgendo simultaneamente tutti e cinque i sensi, la comunicazione virtuale si presenta come un potenziamento della corporeità, non come una forma di congedo da essa” (Ventimiglia, 2001, p. 55).

Il complesso dei sistemi computazionali, le connessioni in rete, la potenza della simulazione dello spazio hanno dunque via via generato, e stanno ancora generando, profonde trasformazioni delle relazioni tra soggetto e

Fig. 17-18. Il Museo Diffuso: applicazioni per dispositivi mobili.

Fig. 17. *That's contemporary* è una piattaforma online aggiornata su eventi e mostre d’arte contemporanea a Milano, fondata da Francesca Baglietto e Giulia Restivo nel 2011. *That's App*, versione per smartphone sviluppata da Stefano Fattorusso, propone una guida selezionata degli eventi, mostre e luoghi di cui fornisce una esauriente scheda informativa con immagini, testi, date, orari di apertura e contatti.



Fig. 18. *Mirami App* è un’applicazione di promozione turistica per Milano progettata nell’occasione dell’EXPO 2015. Sfrutta la realtà aumentata e gli Open Data del Comune di Milano, ma anche l’integrazione con Wikipedia ed altri portali. Puntando lo smartphone in uno spazio aperto, l’applicazione evidenzia punti di interesse culturali o per il tempo libero. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <https://www.thatstemporary.com/> e <http://www.mirami-app.com/#sthash.vyLeJHDD.dpbs>.

ambiente, con ricadute sia nelle modalità di costruzione della conoscenza e sia dei modelli comunicativi e di fruizione. Dalle prime applicazioni multimediali, per gli ulteriori progressi registrabili in particolare nello sviluppo delle tecnologie per la simulazione dello spazio, le sperimentazioni sono oggi indirizzate alla definizione di forme comunicative partecipative ed immersive attraverso l'ibridazione delle tecniche e dei linguaggi, secondo una nuova visione del Museo Virtuale inteso quale "proiezione comunicativa a tutto campo del museo reale" (Antinucci, 2007, p. 115). L'applicazione delle ICT al Museo sta così contribuendo a caratterizzarlo "non più come un luogo fisico ma come una rete di servizi, che iniziano ben prima della vera e propria visita e terminano molto dopo. La visita stessa è completamente reinventata e modellata attraverso modalità di fruizione moderne, dinamiche e molto coinvolgenti, come i sistemi di virtual reality o di augmented reality e le tecnologie che simulano il touch tramite un sistema di telecamere o puntatori laser in grado di riconoscere gli oggetti" (Canina, M., Celino, I., Frumento, E., Pagani, A., & Simeoni, N., 2008, p. 8). Un nuovo Museo, dove l'innovazione tecnologica è mezzo e non fine, veicolo attivo e intelligente per la costruzione della conoscenza culturale, la sua diffusione e comunicazione, e che perciò interpreta più propriamente gli indirizzi, storicamente fissati recentemente ampliati, sul Patrimonio Culturale e i diritti ad un suo effettivo 'godimento' a tutto campo.

5. MUSEI VIRTUALI. COMUNICARE E/È RAPPRESENTARE

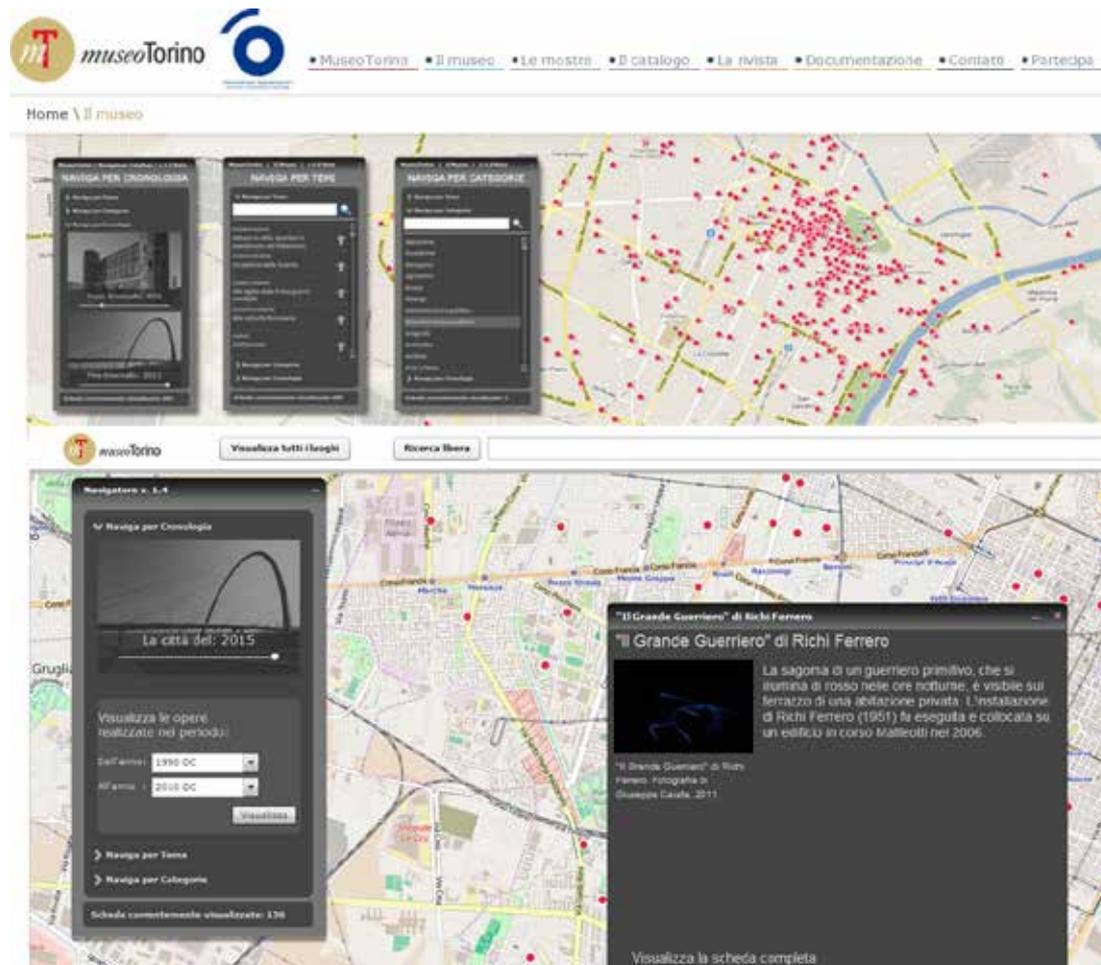
Le riflessioni fin qui condotte hanno voluto tratteggiare alcune delle questioni connesse alla trasformazione ancora in corso del Museo, nel complesso sistema di rapporti tra soggetti (istituzioni, curatori, studiosi, pubblico, visitatori, comunità, ecc.), patrimonio (materiale, immateriale, collezioni, territorio, paesaggio, ecc.) e tecnologie digitali (interazione, immersione, realtà virtuale, realtà aumentata, performance, ecc.). In questo contesto va inquadrato il numero di DISEGNARECON che, facendo propria l'affermazione per cui ogni atto di conservazione del Patrimonio è per sua natura un atto comunicativo (ICOMOS, 2008), ha voluto indagare quali possano essere gli specifici apporti della Rappresentazione e in che modo possa contribuire af-

Fig. 19. Il Museo Diffuso: *MuseoTorino*. Aperto in occasione del 150° anniversario dell'Unità d'Italia, è un museo diffuso sulla città di Torino costituito dall'insieme di beni, luoghi, edifici, spazi, siti, elementi del paesaggio, naturale o antropizzato, che costituiscono la città, interpretati e comunicati come sistema unitario attraverso un insieme di strumenti – centri di interpretazione, siti web, materiali a stampa, percorsi, mappe, segnali indicatori ecc. – in grado di assicurarne l'identificabilità, l'accessibilità, l'intelligibilità.

MuseoTorino è un museo sito (è un sito pensato e strutturato come un museo), è un museo partecipato (è un progetto della città che nasce in forma partecipata), è un museo per tutti (torinesi, ospiti della città,

appassionati, curiosi, che vogliono intraprendere un viaggio nello spazio della città presente riconoscendone i segni del suo passato), è un museo processo (come la città, cresce ed evolve al ritmo del suo cambiamento).

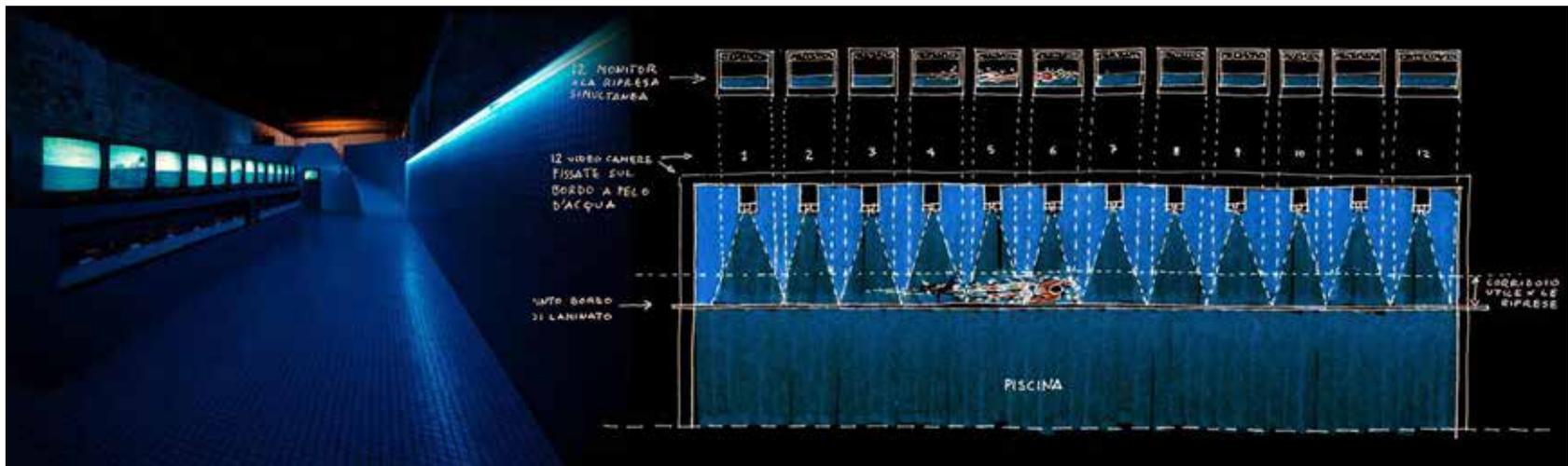
La visita può avvenire in più modi: percorrendo la città (mappa e indicazioni sui luoghi che rimandano alle schede di catalogo), seguendo uno dei percorsi tematici, accedendo alle informazioni dal catalogo del Museo, con ricerche libere e tematiche (luoghi, eventi, temi, soggetti, immagini, itinerari, oggetti, testi), visitando la Mostra storica permanente *Torino: storia di una città*. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.museotorino.it/>



finché il pubblico sia attore integrato nel processo di conoscenza e comunicazione[18]. Secondo quali forme e accezioni può declinarsi la Rappresentazione per valorizzare la complessità molteplice, eppure identitaria, del Patrimonio del Paese? Quali sono le peculiarità dei modelli comunicativi che, facendo proprie le innovazioni tecnologiche, la Rappresentazione propone? Qual è il ventaglio delle correlazioni individuate dalla Rappresentazione nei rimandi tra interno e esterno del Museo, tra collezioni e città, architetture, oggetti d'uso, luoghi, storie, interpretazioni, ecc.?

Il tema così posto ha perciò orientato la selezione tra le proposte pervenute, in modo che fossero funzionali alla riflessione sulla relazione tra rappresentazione/innovazione tecnologica/comunicazione ma con riferimento a un particolare tipo di Beni, ovvero l'ampia gamma di oggetti che rientrano in una definizione estesa di 'architettura', dai manufatti di uso quotidiano alle opere d'arte, dall'archeologia al paesaggio, dal prodotto alla città. Beni che avendo 'figura' sono riconosciuti quali 'testimonianze aventi valore di civiltà' a partire dai caratteri spaziali e visivi, da cui discende la necessità che siano fruiti coerentemente alla loro specificità segnica attraverso forme e contesti comunicativi pertinenti. Il linguaggio da adottare non può che essere visuale e la Rappresentazione è chiamata all'approfondimento delle sue pratiche per la sperimentazione di un

Figg. 20-21. Dagli ambienti sensibili al Museo Sensibile: Studio Azzurro. *Il nuotatore (va troppo spesso ad Heidelberg)*. Videoambiente, Venezia, Palazzo Fortuny, 1984. L'installazione, realizzata con dodici videocamere fissate sul bordo di una piscina a pelo d'acqua, mostra un nuotatore che, con gesti ripetuti e affaticati, 'attraversa' i singoli televisori accostati, mentre cento 'microeventi' (una palla che cade, un'ancora che affonda, ecc.) si inseriscono nella scena principale, rimanendo relegati nei singoli schermi. Lo spettatore è chiamato non ad assistere a una narrazione: egli diviene partecipe dell'evento che si svolge in quell'istante e che non sarà mai uguale a se stesso. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da http://www.studioazzurro.com/index.php?option=com_works&view=detail&work_id=15&Itemid=22&lang=en.



linguaggio capace di incoraggiare modalità di esplorazione basate su criteri percettivi e facilitare osservazioni a partire dall'interazione del fruitore con lo spazio, anche tridimensionale, del Bene Culturale.

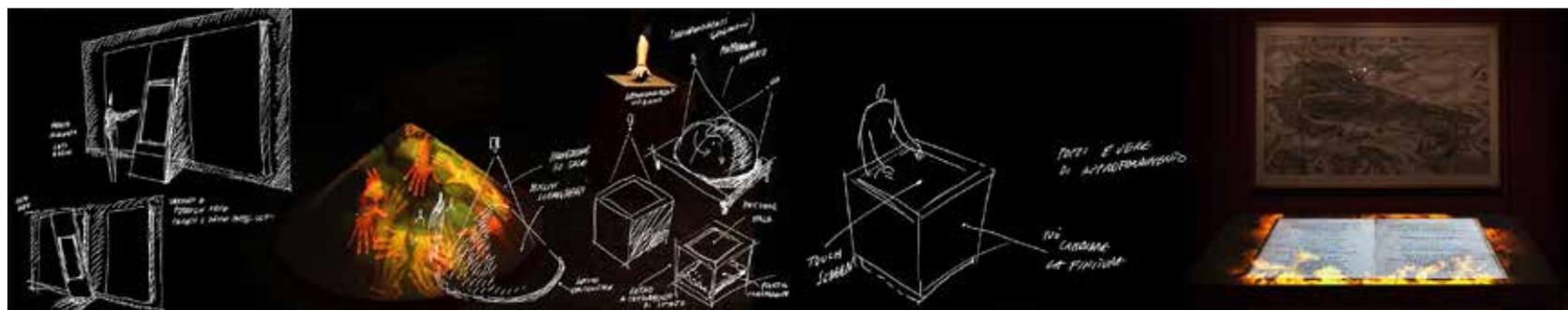
A tale scopo i contributi selezionati propongono un ampio ventaglio di casi studio, diversificati innanzitutto per tipologia (una città, un centro storico, uno spazio urbano, un parco archeologico, un complesso architettonico, un'architettura fortificata, una chiesa, una torre, una cappella, un organo monumentale, una collezione di maioliche, un ciclo di opere pittoriche, un insieme di rappresentazioni sceniche a tema urbano-architettonico, ma anche lo spazio digitale delle banche dati e lo spazio parametrico virtuale), ma anche per stato di conservazione, per condizioni di accessibilità, ecc., e, infine, per le proposte di valorizzazione, diversamente caratterizzate per gradi di fruizione e interazione, modalità comunicative e interfacce-dispositivi. In questo

ampio ventaglio di casi studio, i contributi sono però accomunati per impostazioni e finalità generali. Un primo denominatore che li accomuna è quello di aver posto a fondamento il riferimento a metodologie e procedure scientificamente comprovate, in un contesto disciplinare e multidisciplinare, per l'acquisizione, l'elaborazione e l'interpretazione storico-critica dei dati e delle informazioni. Un secondo elemento in comune è rintracciabile nella 'contestualizzazione dell'informazione', derivata dalla stessa nozione di bene culturale fondata sulla relazione tra oggetto e contesto: la comunicazione è perciò ancorata al contesto fisico e linguistico da cui è originato il bene culturale, ed è da questo contesto che sono proposte le esplorazioni per la conoscenza della 'testimonianza avente valore di civiltà'. Un terzo carattere che accomuna i contributi è quello di presentare esperienze di Rappresentazione per la comunicazione e fruizione del Patrimonio culturale o

già realizzate, ovvero già proposte al pubblico, o in via di prototipazione. Ma soprattutto i diversi contributi sono accomunati dalla finalità generale: infatti le diverse esperienze proposte si pongono tutte nell'ottica di individuare modelli comunicativi per la conoscenza e la fruizione dei beni culturali perseguendo l'amplificazione dell'accezione rappresentativa delle diverse tecnologie di volta in volta utilizzate.

Una riflessione sulle relazioni tra tecnologie digitali di simulazione dello spazio e forme comunicative partecipative ed immersive per i beni culturali che i contributi affrontano proponendo ognuno peculiari esperienze di visita, ovvero diverse fattispecie di 'Museo Virtuale'. Come nel caso dei contributi di Alessandra Meschini, Daniele Rossi e Ramona Feriozzi e di Francesco Bergamo, Alessio Bortot, Cristian Boscaro, Giuseppe D'Acunto e Andrea Gion dove, per avvicinare alla comprensione di 'oggetti' complessi seppur con caratteri davvero

Figg. 22-23. Dagli ambienti sensibili al Museo Sensibile: Studio Azzurro. *Gli Ebrei, Venezia, L'Europa 1516-2016. Muri invalicabili e immagini flessibili*. Percorso espositivo, Venezia, Palazzo Ducale, 2016, www.veniceghetto500.org. Il percorso espositivo, nato in collaborazione con il laboratorio di cartografia e GIS dell'Università IUAV di Venezia e con il dipartimento ICEA dell'Università degli Studi di Padova, espone una ricca e articolatissima serie di testi, dipinti, documenti e immagini, attraverso il percorso multimediale in cui convivono due livelli percettivi: uno emozionale-narrativo e uno più didattico e divulgativo. La mostra si apre e, simmetricamente, si conclude con due installazioni simili, che rimandano all'accumulo, ai mucchi di materiali. Fra questi due estremi, le immagini elettroniche aiutano a raccontare la storia sociale, politica e soprattutto urbana e architettonica del Ghetto di Venezia. Gli schermi video diventano così finestre, varchi e passaggi dove osservare gli sviluppi dei racconti, dove transitare e dove soprattutto lanciare profondi sguardi, tra e dentro i muri degli edifici del Ghetto. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da http://www.studioazzurro.com/index.php?option=com_works&view=detail&work_id=143&Itemid=22&lang=en.



diversi, la soluzione adottata è simile: integrare con intelligenza creativa tecnologie e dispositivi digitali con supporti fisici individuando soluzioni peculiari per una fruizione individuale e collettiva 'sensibile' di contenuti culturali in uno spazio chiuso. È in tale ottica che viene proposto un 'tavolo delle meraviglie', una *wunderkammer* multimediale, dove il modello materico della Basilica di Loreto, riproposto in scala con un processo di stampa 3D, e realtà, virtualità aumentata e media interattivi interagiscono per offrire un'esperienza informativo-comunicativa 'attiva'. Similmente nel caso di SS. Trinità dei Monti a Roma dove, per valorizzare gli assunti della geometria proiettiva delle opere pittoriche seicentesche in anamorfosi, la strategia comunicativa adotta, relazionandole, due modalità narrative, quella informativa e puntuale di un'App per smartphone e quella scenica di una performance di 3DMapping, anche 'esportabile' associando un micromapping a un modello fisico in scala, anch'esso ottenuto con un processo di stampa 3D.

Un complesso integrato di tecnologie e dispositivi, ma anche di competenze multidisciplinari, che similmente è sperimentato per la comprensione e la comunicazione di una storia complessa: cinquecento anni di trasformazioni urbane del Ghetto a Venezia. I contributi di Isabella Friso, Cosimo Monteleone e Federico Panarotto e di Paolo Borin propongono allo scopo un articolato sistema di applicazioni da esperire in spazi e tempi diversi: l'esperienza da condividere in uno specifico spazio e in un definito intervallo temporale, quelli della Mostra allestita a Palazzo Ducale, e l'esperienza fruibile individualmente progettata per accompagnare il visitatore lungo gli itinerari nella città reale, lì nel corpo vivo delle avvenute trasformazioni.

Un analogo fulcro si rintraccia nel contributo di Francesca Fatta, Manuela Bassetta, Andrea Manti che presentano un progetto di valorizzazione della cultura della memoria per Reggio Calabria offrendo al visitatore di partire alla riscoperta della città attraverso una selezione di itinerari urbani ibridi, tra totem digitali e modelli interattivi. Un'esperienza itinerante, che si dispiega attraverso lo spazio fisico della città reale, per favorire la ricostruzione dell'identità dei luoghi ancorando alle tracce fisiche ancora visibili i lacerti della memoria storica di Reggio Calabria prima dell'evento sismico del 1908. Una memoria interrotta con violenza da un evento sismico che similmente motiva l'esperienza proposta dal

contributo di Caterina Palestini e Alessandro Basso. Qui le tecnologie digitali e la rappresentazione collaborano per porsi al servizio di una comunità attraverso la valorizzazione della cultura materiale in cui riconoscono la propria identità, riproponendo la fruizione, interrotta in seguito al sisma che ha colpito l'Abruzzo nel 2009, delle antiche Maioliche di Castelli, piccolo borgo abruzzese alle pendici del Gran Sasso.

È ancora un altro evento sismico a motivare la riflessione proposta dal contributo Michele Calvano e Francesca Guadagnoli che, a pochi mesi dall'evento sismico del 24 agosto 2016, descrivono un'esperienza che si è posta come principale obiettivo quello di rappresentare la presenza delle istituzioni e di una collettività ampia e diversificata per contribuire alla ricucitura del violento strappo, emotivo e materiale, subito dalla comunità. Ai cittadini di Amatrice, cui è stato sottratto il luogo fisico dell'identità collettiva, è offerta una prima 'ricostruzione' della città e del territorio: una 'copia' del reale attraverso un modello tridimensionale digitale e la sua stampa 3D. Mettendo a punto un'attenta e specifica procedura riconducibile all'Heritage Building Information Modeling, la 'copia' del reale è offerta quale luogo della partecipazione, condivisibile anche nello spazio della rete, ovvero accumulatore di informazioni e storie per la valorizzazione della cultura della memoria.

Un'esperienza partecipata che vuole favorire la produzione della 'cultura dal basso' come anche nel contributo di Paolo Di Pietro Martinelli, Lorenzo Martelli e Manfredi Scanagatta. Il patrimonio che si propone alla valorizzazione è il sistema dell'architettura fortificata e dei Forti realizzati a Roma, alla fine del XIX secolo, secondo un andamento anulare a una distanza di circa 5 km dalle Mura Aurealiene. Un patrimonio che caratterizza significativamente la storia del territorio per una presenza massiccia e di sistema ma che, seppur esistente, è anche in questo caso 'sottratto' alla comunità perché dismesso e non più agibile. Un progetto che ha perciò il pregio di evidenziare le problematiche relative all'accessibilità, fisica e contenutistica, al patrimonio e che si vuole caratterizzare per vocazione partecipativa anche adottando procedure e strumentazioni low-cost. Approfondimenti delle relazioni tra tecnologie e rappresentazione condotte per favorire l'accesso ai contenuti culturali, in cui sono da ricomprendere anche quelle sperimentazioni finalizzate all'apprezzamento dei luoghi profondamente rimaneggiati, come per la

Figg. 24-26. Dagli ambienti sensibili al Museo Sensibile. *Connected Worlds* è un'installazione progettata e sviluppata nel 2015 da Design I/O per il New York Hall of Science con il sostegno delle Fondazioni JPB, National Science, Nasdaq Educational Inc e Google Inc. È articolata in sei 'ecosistemi' interattivi realizzati sulle pareti e collegati tra loro da un pavimento interattivo. L'obiettivo è di sensibilizzare i bambini ad un pensiero sistemico sulla sostenibilità. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.design-io.com/projects/ConnectedWorlds/>.



riflessione presentata dal contributo di Andrea Maciocchi, Carlo Mambriani, Riccardo Roncella e Andrea Zerbi. Il caso, che rientra nell'alveo del cosiddetto 'restauro virtuale', propone la ricostruzione dello spazio tridimensionale, seppur illusorio, per offrire al visitatore di godere, attraverso un'esperienza immersiva, della visione del manufatto architettonico e delle opere pittoriche nelle forme originarie, ovvero nel contesto per cui furono realizzate. Spazi illusori in cui la virtualità è sperimentata per proporre contenuti culturali attraverso una loro 'presentazione sensibile', corrispondendo a quell'idea di Museo esteso in cui gli 'oggetti', materiali e non, siano innanzitutto 'sensibili' ovvero interpretabili e comprensibili a partire dai sensi.

Medesima intenzione che si rintraccia anche nel contributo di Giulia Pettoello e in quello di Donato Maniello, dove l'esperienza sensoriale attivata dalla vista si amplifica attraverso la sollecitazione degli altri sensi. Proponendo un percorso multisensoriale, come nell'esperienza per il Parco archeologico di Vulci, in un rimando di sensazioni tra paesaggio e bene culturale dove il visitatore è gradualmente accompagnato nel fare conoscenza attraverso un complesso di installazioni. Sperimentando una proposta per la valorizzazione dell'organo monumentale König della chiesa di San Steven in Nijmegen, simbolo della città e dell'identità cittadina. Qui la messa a punto di una procedura multidisciplinare e collaborativa consente di integrare suoni e luci, contenuti musicali e visuali per la regia della performance multimediale che si pone come finalità più generale di avvicinare alla cultura della musica classica per organo il pubblico più giovane.

Una riflessione sulle relazioni tra tecnologie digitali e rappresentazione per esplorare le ulteriori e più profonde connessioni tra spazio reale e spazio virtuale. È il tema proposto dal contributo di Andrea Giordano e Leopoldo Repola dove la rappresentazione digitale è esperita sia come luogo della comunicazione del progetto di valorizzazione e sia, soprattutto, come luogo in cui si va facendo il progetto stesso: la scelta è così quella di individuare in un 'oggetto' emblematico per la progettazione architettonica – una scala – il luogo centrale della narrazione in un continuo rimando tra realtà fisica e memoria culturale nell'esperienza di visita alla Torre Maggiore di Villa Rufolo a Ravello.

Simile riflessione, ma secondo un visuale opposta, quella offerta dal contributo di Ramona Feriozzi e Gra-

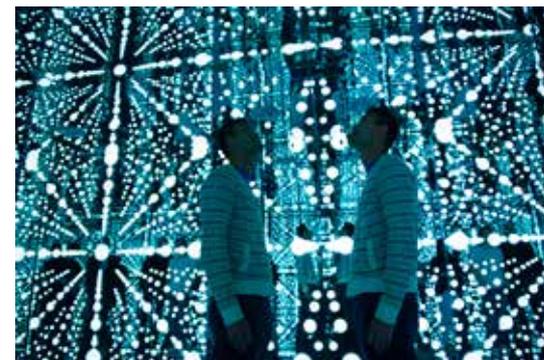
ziano Mario Valenti, dove sono esplorate le possibilità di uno spazio davvero virtuale, libero dai vincoli della fisicità materiale e dai confini imposti dalla riproduzione metaforica delle consuetudini esplorative degli spazi reali. In questa direzione le tecnologie digitali sono utilizzate allo scopo di definire procedure parametriche per la conformazione di uno spazio virtuale tridimensionale in continua mutazione, mentre la rappresentazione si offre come dispositivo per la comunicazione di informazioni visuali strutturate che, disponendosi in relazione all'esperienza/riciesta del visitatore, di volta in volta ridefiniscono la configurazione del museo virtuale pluridimensionale.

Infine, negli ultimi due contributi è proposta un'ultima esplorazione delle relazioni tra tecnologie digitali e rappresentazione indagando nelle accezioni più informative. Nel contributo di Aldo R. D. Accardi, Stefano Chiarenza, Rosalinda Inglija e Noemi Scarpato l'occasione dell'elaborazione di percorsi museali per la fruizione delle rappresentazioni urbane e architettoniche prodotte nel XVIII secolo per il mondo dell'illusione scenica dalla famiglia di architetti e scenografi Bibiena motiva una riflessione sulla gestione di informazioni complesse e differenziate. L'approccio proposto è quello dell'adozione di un specifico modello ontologico su cui innestare le ricerche multidisciplinari per far interagire contenuti e metodi anche attraverso l'azione partecipata di una pluralità di ricercatori afferenti a campi diversi. Una riflessione sulla gestione e la fruizione di basi di dati sviluppata anche dal contributo di Sandro Parrinello, Francesca Picchio e Monica Bercigli, dove le esperienze di ricerche sono proposte per ragionare attorno alle possibilità di far 'migrare la realtà in ambiente virtuale', ovvero sulle relazioni tra strutturazione dei dati e progetto delle 'interfacce' a partire dalla riproduzione delle relazioni dello spazio reale al fine di una migliore fruizione delle informazioni.

I contributi proposti a nostro giudizio sembrano perciò dimostrare, nello specifico delle fattispecie di Beni presi in esame - particolari artefatti segnico-comunicativi -, come l'applicazione delle tecnologie digitali nel campo della Rappresentazione possa essere proficua per riallacciare quelle relazioni, indispensabili alla comprensione, tra codici visivi e contesto che li ha generati perché, innanzitutto, il "visivo si spiega con visivo" (Antinucci 1997).

Nelle esperienze mostrate - sperimentazioni di Rappre-

Fig. 27-29. Dagli ambienti sensibili al Museo Sensibile. *Infinity Room* è un'installazione progettata e realizzata dallo studio Universal Everything nel 2014 a San Francisco per la Microsoft inc. In una sala piena di specchi e di animazioni LED, è proposta un'esperienza sensoriale per comprendere l'universo delle informazioni e la potenza dei Big Data, attraverso le visualizzazioni interattive che raccontano la storia del mondo inseguendo un semplice quarto di dollaro. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://universaleverything.com/projects/microsoft/>.



sentazione - le tecnologie visuali orientate alla simulazione dello spazio sono state interpretate come dispositivi attivi per la costruzione di una comunicazione accessibile, partecipata e coinvolgente del Patrimonio. Modelli comunicativi spaziali e visuali che mettono al centro non solo gli specialisti del settore ma il pubblico 'non esperto' perché agiscono a partire dall'enfasi emotiva connessa alla visione stessa che favorisce il coinvolgimento emozionale, la partecipazione ovvero il fare esperienza del Bene Culturale.

Esperienze che dimostrano come le tecnologie per la simulazione dello spazio, con le connesse integrazioni e sovrapposizioni tra spazio reale e spazio virtuale, abbiano ampliato i confini della Rappresentazione, trasformando il 'modello 3D', ovvero comunque ancora una rappresentazione, in 'scena digitale 3D', un nuovo spazio in cui ci si muove e con cui si interagisce secondo un approccio non mediato, ma diretto e intuitivo (Ippoliti & Meschini, 2010). Un modello informativo integrato che si propone alla 'partecipazione' e da cui, proprio in virtù della qual prerogativa, si deriva sia la costruzione delle informazioni e sia l'accesso ai contenuti culturali.

Per comunicare la molteplicità del Patrimonio culturale debbono perciò essere individuate, di volta in volta, specifiche visuali e delineate altrettante strategie narrative, coerenti con i diversi media visuali sia tradizionali e sia innovativi, sviluppando prototipi di rappresentazione/comunicazione e sperimentando un sistema integrato di prodotti per accompagnare il visitatore/viaggiatore nell'esplorazione.

Secondo quest'interpretazione, la tecnologia non è fine a sé stessa o rincorsa all'ultima novità o meraviglia. E la Rappresentazione, innovata tecnologicamente e integrata multidisciplinariamente, può dimostrarsi veicolo attivo di divulgazione del patrimonio e opportunità di approfondimento culturale, leva per lo sviluppo sociale ed economico dei territori, occasione di coesione sociale e del rafforzamento del senso di appartenenza alla comunità (Bray, 2013), ovvero insieme di possibilità attraverso cui rendere concreta la funzione sociale del Bene Culturale.

NOTE

[1] Sull'argomento cfr. Faletti & Bertacchini, 2014.

[2] Diverse analisi socio-economiche evidenziano come la 'cultura' caratterizzi di recente sempre più in positivo un segmento del sistema produttivo italiano. Un settore che ha superato questi anni di crisi miscelando bellezza, innovazione, creatività e sostenibilità e, nel contesto investendo sulle tecnologie avanzate, sul web e sull'economia della condivisione. Un segmento produttivo, quello delle industrie culturali creative e più in generale della cultura, che il Censis, contrapponendolo all'Italia dello "zero virgola", colloca nella "geografia dei vincenti" che ha saputo puntare sul driver dell'ibridazione di settori e competenze tradizionali e che rappresenta il nuovo 'Italian style' (CENSIS, 2015, pp. 20-23). La ricchezza prodotta dall'intero indotto della filiera culturale è infatti stimata in circa il 17% di quella nazionale, considerando che per ogni euro prodotto dalla cultura il resto dell'economia, in particolare il turismo, cresce di 1,8 euro. Per approfondire l'argomento è possibile consultare le pubblicazioni di Symbola - Fondazione per le Qualità Italiane (disponibili nel sito della Fondazione, nella sezione Documenti/Pubblicazioni), tra cui in particolare i Rapporti annuali lo sono Cultura: l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi, disponibili in <<http://www.symbola.net/html/article/summary/publications>>.

[3] Il Museo è infatti 'trattato' nel Codice dei beni culturali e del paesaggio, adottato con il D. L. n. 42 del 22 gennaio 2004, nel Capo I del Titolo II intitolato "Fruizione dei beni culturali".

[4] D. L. 42/2004, art. 101, comma 1 - Titolo II. Fruizione e valorizzazione - Capo I. Fruizione dei beni culturali - Sezione I. Principi generali.

[5] D. L. 42/2004, art. 101, comma 2 - Titolo II. Fruizione e valorizzazione - Capo I. Fruizione dei beni culturali - Sezione I. Principi generali.

[6] La riforma è avviata nell'agosto del 2014 con il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri n. 171, 29 agosto 2014 "Regolamento di organizzazione del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo [...]". È poi attuata con il Decreto del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo del 23 dicembre 2014 "Organizzazione e funzionamento dei musei statali", comunemente noto come "Decreto Musei".

[7] MiBACT - Direzione Generale Musei. Ultima consultazione 30 dicembre 2016. In <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Luogo/Uffici/Struttura-organizzativa/visualizza_asset.html_523365089.html>

[8] MiBACT - Direzione Generale Musei. Ultima consultazione 30 dicembre 2016. In <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Luogo/Uffici/Struttura-organizzativa/visualizza_asset.html_523365089.html>

[9] Art. 1 del Decreto 23 dicembre 2014, noto come 'Decreto Musei'.

[10] I documenti preparatori della Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and Collections, their Diversity and their Role in Society, approvata all'unanimità dalla 38ª Conferenza generale dell'Unesco il 17 novembre 2015, sono stati fonti per l'approfondimento dei principi che hanno ispirato la riforma del Sistema museale nazionale come esplicitato nella Circolare del MiBACT di cui alla nota successiva.

[11] Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo - Circolare 37/2015 del 2 dicembre 2015 del Direttore generale Ugo Soragni

per la diffusione della Raccomandazione UNESCO 2015. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, in <<http://www.flpbac.it/public/va/r/910ad6114e01d41ff7e14fcccir.c.pdf>>

[12] Dichiarazione I in Atti della Commissione Franceschini, disponibile all'indirizzo <http://dl.icar.beniculturali.it/biblio/pdf/Studi/franceschini.pdf>, ultima consultazione 30 dicembre 2016.

[13] Secondo questa definizione Patrimonio Culturale immateriale non è dunque il singolo fenomeno in sé, la singola manifestazione culturale, ma è il sapere e la conoscenza che vengono trasmessi di generazione in generazione e ricreati dalle comunità ed i gruppi in risposta al loro ambiente, all'interazione con la natura e alla loro storia. È proprio il patrimonio immateriale a garantire quel senso di identità e continuità e ad incoraggiare il rispetto per la diversità culturale, la creatività umana, lo sviluppo sostenibile, oltre che il rispetto reciproco tra le comunità stesse ed i soggetti coinvolti. In Italia la Convenzione, approvata all'unanimità nella 32ª sessione della Conferenza Generale Unesco a Parigi il 17 ottobre 2003, è stata ratificata il 27 settembre 2007. Cfr. UNESCO, 2003.

[14] Anche nel caso di tali oggetti si parla comunque di 'collezione' intendendo con questo termine "un insieme di oggetti che conservano una loro individualità, riuniti in modo intenzionale, secondo una logica specifica" (Desvallées & Mairesse, 2016, p. 36).

[15] Il Museo Diffuso abbraccia varie utopie rispetto al Museo: dall'idea di un'Italia quale grande 'museo a cielo aperto' a un 'museo diffuso' grande quanto l'intero territorio nazionale, realizzando, nel territorio italiano, "il sogno della ricomposizione dei saperi: storici, artistici, architettonici, scientifici,

materici, e ribadisce l'importanza della diversità e delle specificità culturali, tanto da interrogarsi se non possa un domani costituire un modello di sviluppo per la forma museo a livello internazionale" (Mottola Molino, 2007). Di norma un Museo Diffuso è un museo tematico che propone itinerari che organizzano punti di interesse.

[16] "Museo che supera la logica della mera conservazione del bene custodito per promuovere una nuova idea di bene culturale, frutto del territorio e pertanto contraddistinto dai segni dell'attività dell'uomo. L'obiettivo è la valorizzazione delle risorse naturalistiche, storiche e culturali di un determinato territorio, da raggiungere anche grazie al coinvolgimento attivo della comunità che lo abita" (Ecomuseo, Voce, 2012).

"L'Ecomuseo è una pratica partecipata di valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale, elaborata e sviluppata da un soggetto organizzato, espressione di una comunità locale, nella prospettiva dello sviluppo sostenibile" (Carta degli Ecomusei, 2007).

[17] Infatti "Un analfabeta o anche un bambino potranno sempre trarre qualcosa dalla visita di un museo, mentre saranno incapaci di sfruttare le risorse di una biblioteca. [...] Un dipinto o una scultura, prima di tutto, sono fatti per essere visti e il riferimento a un testo (la lettura di una didascalia, se c'è) non avviene che in seguito e non è del tutto indispensabile" (Desvallées & Mairesse, 2016, p. 60).

[18] La Rivista DISEGNARECON ha più volte dedicato la propria attenzione al tema, ma in particolare si vuole segnalare il numero del 2011 Tecnologie per la comunicazione del patrimonio culturale, curato da Elena Ippoliti e Alessandra Meschini.

BIBLIOGRAFIA

- Antinucci, F. (1997). Beni artistici e nuove tecnologie. In P. Galluzzi & P. A. Valentino (a cura di), *I formati della memoria. Beni culturali e nuove tecnologie alle soglie del terzo millennio* (pp. 120-131). Firenze, Italia: Giunti.
- Antinucci, F. (2007). *Musei Virtuali*. Roma-Bari, Italia: Laterza.
- Antinucci, F. (2010). *Comunicare nel museo*. Roma-Bari, Italia: GLF editori Laterza.
- Bodo, S. (a cura di). (2003) *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*. Torino, Italia: Fondazione Giovanni Agnelli.
- Bray, M. (2013). Il turismo e l'incontro tra beni culturali e territorio. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.massimobray.it/il-turismo-e-lincontro-tra-beni-culturali-e-territorio/>.
- CENSIS (2015). *49° Rapporto sulla situazione sociale del paese 2015*. Milano, Italia: Franco Angeli.
- Canina, M., Celino, I., Frumento, E., Pagani, A., & Simeoni, N. (2008). Beni culturali: lo sviluppo del settore passa dall'ICT. *Beltel*, 130, pp. 8-13.
- Cameron, D. F. (1968). A viewpoint: The Museum as a communication system and implications for museum education. *Curator. The Museum Journal*. 11(1), 33-40.
- Desvallées, A., & Mairesse, F. (2016) (a cura di). *Concetti chiave di museologia*. Parigi, Francia: A. Colin. International Council of Museums.
- Faletti, V. & Bertacchini, E. (2014). Gli Amici dei Musei tra legame col territorio e mecenatismo. In F. Di Biase (a cura di), *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement* (pp. 315-327). Milano, Italia: Angeli.
- Franceschini, F. (a cura di). (1967). *Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio. Per la salvezza dei beni culturali in Italia: atti e documenti della Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio*. Roma, Italia: Colombo.
- Federcurture (a cura di). (2016). *12° Rapporto annuale Federculture 2016. Impresa Cultura. Creatività, partecipazione, competitività*. Roma, Italia: Gangemi.
- Garlandini, A. (2010). Reti, sistemi, partecipazione. Italia, museo diffuso. *Bollettino Italia Nostra*, 454(2010), 12-14.
- Gaiani, M. (2007). Digital information system per il patrimonio architettonico. Ovvero: dei mezzi della rappresentazione dell'architettura nel terzo millennio. In *eArcom - Sistemi informativi per l'architettura, Atti del Convegno, Portonovo (AN), 2007* (pp. 17-22). Firenze, Italia: Alinea.
- Galluzzi, P., & Valentino, P. A. (a cura di) (1997). *I formati della memoria. Beni culturali e nuove tecnologie alle soglie del terzo millennio*. Firenze, Italia: Giunti.
- Galluzzi, P. (2010). Museo Virtuale (voce). In *Treccani, Enciclopedia Italiana - XXI Secolo* (2010). Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da [http://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_\(XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_(XXI-Secolo)/).
- Grienti, V. (2009). *Chiesa e web 2.0. Pericoli e opportunità in rete*. Cantalupa (TO), Italia: Effatà Editrice.
- Hooper-Greenhill, E. (2003). Nuovi valori, nuove voci, nuove narrative: l'evoluzione dei modelli comunicativi nei musei d'arte. In S. Bodo (a cura di), *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee* (pp. 1-40). Torino, Italia: Fondazione Giovanni Agnelli.
- Ippoliti, E., & Meschini, A. (2010). Dal 'modello 3D' alla 'scena 3D'. Prospettive e opportunità per la valorizzazione del patrimonio culturale architettonico e urbano - From the '3D model' to the '3D scene'. Prospects and opportunities for the enhancement of an architectural and urban cultural heritage. *DISEGNARECON*, 3(6), 77-91.
- Ippoliti, E., & Meschini, A. (a cura di) (2011). Tecnologie per la comunicazione del patrimonio culturale. *DISEGNARECON*, 4(8), 1-138.
- Ippoliti, E. (a cura di). (2013). *Valorizzare il patrimonio culturale. Esperienze per Ascoli Piceno - Shedding light on the Cultural Heritage. The Ascoli Piceno Experience*. Roma, Italia: Aracne.
- Landi, M. 2015. Nausea al museo: il Salon Bordurin-Renaudas nella Nausée di Sartre. *LEA - Lingue e letterature d'Oriente e d'Occidente*, 4, 431-470.
- Lugli, A. (1993). Museologia. In A. Conti & R. Cassanelli (a cura di), *L'arte. Critica e conservazione* (pp. 75-100). Milano, Italia: Jaca book.
- Marini Clarelli, M. V. (2011). *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*. Roma, Italia: Carrocci Editore.
- Mottola Molfino, A. (2007). Museo (voce). In *Treccani, Enciclopedia Italiana - VII Appendice* (2007). Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da [http://www.treccani.it/enciclopedia/museo_res-81d75601-9bc2-11e2-9d1b-00271042e8d9_\(Enciclopedia-Italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/museo_res-81d75601-9bc2-11e2-9d1b-00271042e8d9_(Enciclopedia-Italiana)/).
- Pallottino, M. (1987). La stagione della Commissione Franceschini. [www.treccani.it/enciclopedia/eco-museo_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/eco-museo_(Lessico-del-XXI-Secolo)/)
- ICOMOS (2008). *The ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites*. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da http://www.icomos.org/charters/interpretation_e.pdf
- UNESCO (2003). *Convenzione Internazionale per la Salvaguardia dei Beni culturali Immateriali*. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.unesco.benicultura.li.it/getFile.php?id=48>.
- UNESCO (2015). *Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and Collections, their Diversity and their Role in Society*. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002463/246331m.pdf>
- Sciacchitano, E. (2015). Uniti nella diversità. *Il Giornale delle Fondazioni - Periodico telematico*. Venezia, Italia: Fondazione Venezia 2000. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/uniti-nella-diversita%C3%A0>.
- Settis, S. (2002). *Italia S.p.A. L'asalto al patrimonio culturale*. Torino, Italia: Einaudi.
- Symbola (a cura di). (2015). *Io sono cultura: l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi. Rapporto 2015*. Roma, Italia: Symbola.
- Symbola (a cura di). (2016). *Io sono cultura: l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi. Rapporto 2016*. Roma, Italia: Symbola.
- Ventimiglia, G. (2001). Naturale, artificiale, virtuale. *Nova et Vetera*, III(3), 55-62.
- Inoltre**
Carta degli Ecomusei (2007), Catania, Italia. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da <http://www.bda.unict.it/Public/Uploads/article/Carta%20di%20Catania.pdf>
- Ecomuseo, Voce* (2012). In *Treccani, Enciclopedia Italiana - Lessico del XXI Secolo*. Ultima consultazione 30 dicembre 2016, da [http://www.treccani.it/enciclopedia/eco-museo_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/eco-museo_(Lessico-del-XXI-Secolo)/)