

TRADIZIONE E INNOVAZIONI: ALCUNE RIFLESSIONI SULLA COMUNICAZIONE NEI MUSEI*

Sulla didattica nei musei, intendendo per didattica non solo il rapporto con il pubblico scolastico, ma tutto quanto attiene alla sfera dell'informazione e della guida del pubblico di ogni estrazione e fascia di età, è stato detto molto. Altrettanto, se non addirittura di più, è stato detto sulla capacità del mezzo informatico di rendere più agevole e più efficace l'informazione del pubblico e non solo nei musei, ma anche nelle banche, nelle stazioni ferroviarie.

A volte tali considerazioni si confondono nel chiacchiericcio, quello stesso che propone, da tempo e in maniera ormai stancamente ripetitiva, la necessità di luoghi di ristoro, librerie, grandi magazzini nei musei, quasi che il museo, da solo, non fosse in grado di attirare il pubblico. Del resto è compito davvero difficile in un paese come il nostro, ove fuori del museo sta un altro museo, altrettanto grande e affascinante, complementare al primo, anzi generatore del primo, che si chiama città (ma anche paese, campagna, paesaggio). Ritengo che sul tema si possa ritornare, con alcune semplici considerazioni dettate da comune buon senso.

L'uso dei calcolatori, nel campo della didattica museale, è molto diffuso nei musei stranieri. La National Gallery dispone di una Microgallery, su CDROM, in grado di orientare il visitatore e prepararlo alla visita. Il Louvre si è dotato di un CD che consente di "navigare" all'interno delle sale. Il Museo di Scienze Naturali di Parigi, accanto alle vetrine popolate di fossili e antiche tracce di animali scomparsi, esibisce schermi in grado di offrire varie possibilità di approfondimento sui temi legati alla storia della terra e all'evoluzione¹.

Un discorso a parte meriterebbe poi, il ruolo delle tecnologie nei cosiddetti parchi a tema, ad esempio inglesi, o nei musei a dichiarata vocazione tecnologica, come la Villette o il piccolo museo della BMW a Monaco di Baviera, o nei coinvolgenti allestimenti di Ralph Appelbaum, tra i quali ricordo il Museo dell'Olocausto di Washington e l'America Museum of Natural History di New York (CALAMANDREI 1995; MARTLEW 1993). Queste istituzioni peraltro offrono diversi prodotti e diversi momenti di "comunicazione museale". Il Louvre, ad esempio, propone le attività dell'Auditorium, le mostre, i corsi, con possibilità di abbonamenti e sconti.

Occorre sottolineare quindi che in tali contesti l'elaboratore è un elemento all'interno di una strategia di comunicazione molto complessa e articolata.

Nel nostro paese il panorama, appare meno confortante ma tuttavia in

* Ringrazio Angelo Cerizza per i preziosi suggerimenti.

¹ Occorre sottolineare che le discipline scientifiche e quindi anche i musei scientifici e naturalistici più di altri dibattono il tema della divulgazione e del rapporto con il pubblico: LEWENSTEIN 1992; GAMMON 1992.

fase di celere cambiamento. L'uso del calcolatore si è ormai generalizzato nelle esposizioni temporanee (PAGLIANI 1992), mentre appare meno rapida la sua diffusione nelle istituzioni museali². Vi sono comunque alcune interessanti esperienze, di cui ne ricordo alcune. Gli Uffizi – ad esempio – dispongono di un catalogo di circa cinquecento dipinti su CD.

La Galleria Comunale d'Arte Moderna di Roma propone, oltre ad un servizio informativo sui percorsi culturali del Comune di Roma, notizie sui dipinti e gli artisti con possibilità, per l'utente, di stampa su carta e su dischetto. È inoltre possibile, in una apposita sala, consultare al terminale il catalogo delle opere esposte.

Il Museo della Scienza di Firenze offre la possibilità di una visita virtuale alle sale con approfondimenti e percorsi informativi sui luoghi della scienza in Toscana. La Galleria Nazionale dell'Umbria opta invece per l'approfondimento di due artisti di grande importanza: Piero della Francesca e Gentile da Fabriano. Le postazioni, collocate accanto alle opere, consentono di inserire le poetiche dei due maestri nei rispettivi contesti storici, formali e critici³.

È inoltre avvenuto di questi giorni l'installazione nel Duomo di Monza, ove trova sede anche il prestigioso Museo del Tesoro del Duomo, di due programmi interattivi. Il primo è dedicato alla storia dell'edificio ecclesiastico, il secondo alla Cappella di Teodolinda, con ricostruzione tridimensionale e possibilità di visita virtuale.

Nell'ottica della precisa ricostruzione storica e della visita virtuale si inserisce anche il prodotto realizzato per la Sala Egizia del Museo Civico Archeologico di Bologna, dedicato all'analisi ed alla restituzione della Tomba del generale Horemheb (Saqqara, necropoli di Menfi, 1319-1292 a.C.) dalla quale provengono alcuni raffinati rilievi (GOTTARELLI 1995).

Nonostante alcune egregie realizzazioni, la diffusione del calcolatore nella didattica museale appare inferiore alle aspettative. Non paiono sufficienti al decollo definitivo né i consistenti investimenti pubblici nel settore, né l'effetto trainante delle numerose e generose sponsorizzazioni e neppure l'ottimismo di certa stampa sulla diffusione dei CD e dei prodotti multimediali. Numerose sono le cause della difficoltà, provo ad elencarne alcune.

In primo luogo il costo delle realizzazioni risulta ancora relativamente elevato rispetto ai bilanci ordinari delle istituzioni, soprattutto medie e piccole. Anche la vendita al pubblico dei CD di argomento culturale risulta monetariamente elevata (ad esempio il CD degli Uffizi ha un prezzo in catalogo di Lit. 149.000).

² L'Italia ricopre ora un ruolo di primo piano nel programma dei G7 rivolto alla catalogazione informatizzata del patrimonio culturale mondiale e all'orientamento del mercato verso l'informazione culturale (SERIO 1995).

³ Ricordo anche a Perugia, la possibilità di ottenere, nel percorso pedonale sotterraneo, mediante appositi programmi, un quadro dei musei, degli orari e dei diversi servizi offerti dalla città.

In secondo luogo, un prodotto eccessivamente spettacolare (con corredo di voce, musica, immagine), appare fuori luogo per visite tranquille in antiche dignitose sale.

A tutto ciò si aggiunge anche il timore, in molti casi fondato, che la macchina possa distogliere dalla visione e dalla comprensione degli originali. Non è neppure trascurabile la difficoltà da parte degli operatori a "governare" e gestire la macchina, soprattutto rispetto ad altri strumenti molto più tradizionali come il libro.

Complesso e disorientante è anche il rapporto con il mercato informatico. Quest'ultimo infatti è afflitto da numerose patologie. Si va dalla rapida obsolescenza delle macchine, al caos dei prezzi; dalla difficoltà per i compratori di valutare le effettive caratteristiche tecniche di software e hardware, alla sostanziale complessità dello strumento (solo apparentemente alla portata di tutti). Si conclude quindi con la sopravvalutazione concettuale – errata quanto dannosa – del mezzo tecnologico, che finisce spesso col mettere in primo piano i tecnici informatici e non gli operatori scientifici.

Può accadere quindi che istituzioni prestigiose, che tra le prime si sono dotate di strumenti di questo tipo per orientare il visitatore, si trovino nel giro di pochi anni con un'apparecchiatura invecchiata e non funzionante. Oppure si verifica che istituzioni medio piccole chiedano finanziamenti cospicui per progetti informativi in grado di gestire video-tele-conferenze ...

L'uso prevalente all'interno di mostre ha poi fatto sì che molte potenzialità insite nel mezzo non fossero adeguatamente esplorate e sottolineate. Opportunità preziose sono costituite dalla possibilità di aggiornamento e quindi dalla buona flessibilità, nel tempo, delle realizzazioni informatiche. La grande disponibilità sul mercato di pacchetti applicativi permette inoltre di disporre di prodotti a basso costo e di relativa semplicità, che consentono, in molti casi, di affrancarsi dalle case di software e di utilizzare anche macchine relativamente poco potenti ma già disponibili nelle istituzioni.

Ai disagi fin qui evidenziati si aggiunge una motivazione più profonda: la difficoltà di trovare – a differenza di quanto avviene all'estero – per il calcolatore uno spazio preciso e specifico. Manca di fatto il progetto "didattico", di comunicazione e di informazione. Tale difficoltà – non sempre dichiarata e forse non totalmente consapevole – non è però imputabile al mondo dell'informatica, bensì ad una riflessione, non sempre specifica e puntuale, sulla generale "politica" di comunicazione nel museo da parte degli addetti ai lavori ⁴.

La comunicazione all'interno del museo è operazione assai complessa, sia per i molteplici piani di lettura dei materiali conservati sia per la difficoltà

⁴ Nell'impossibilità di citare la corposa letteratura di carattere museografico si forniscono alcuni essenziali riferimenti e si rimanda alla bibliografia ivi citata: GLUSBERG 1983; EMILIANI 1989; PAGLIANI 1993; ISTAT 1995.

di determinare univoci percorsi. Il rapporto diretto, autoptico, visitatore – oggetto non è sostituibile o surrogabile con mediazioni strumentali. Da questo legame “originario” scaturiscono diversi piani di conoscenza e quindi di lettura fra loro stratificati e intersecantisi (interni agli oggetti, fra gli oggetti, all'esterno dell'istituzione, coi diversi momenti storici e culturali).

La piena e corretta leggibilità dell'oggetto costituisce quindi il punto di partenza ed il punto di arrivo del processo di comunicazione. A questo fine si utilizzano tutti gli strumenti disponibili, dai più antichi, come la stampa, ai più recenti, come l'informatica, secondo linee e percorsi che non possono essere generalizzati, ma che discendono dalle specificità storiche e culturali delle singole istituzioni, delle singole raccolte e dei singoli oggetti.

Una corretta politica di comunicazione infatti obbedisce ad una semplice regola: la piena rispondenza tra i contenuti, i destinatari dell'informazione ed il mezzo prescelto. Tale corrispondenza si traduce anche nella massima intellegibilità e nella competitività, anche economica, dello strumento prescelto in relazione agli obiettivi prefissati.

All'interno di un progetto complessivo, che inizia col piano espositivo e l'allestimento, prosegue con le didascalie di percorso, e quindi con le guide a stampa e il CD se utile, il calcolatore trova uno spazio forse meno di vetrina ma più al servizio della strategia di comunicazione. È utile inoltre rammentare che i metodi tradizionali di comunicazione: didascalie, pannelli esplicativi, guide e opere a stampa (nonostante la tanto conclamata vitalità del libro elettronico: ECO 1994a, 1994b; NEGROPONTE 1995; VAMOS 1993) sono tuttora gli elementi trainanti.

La Rivista americana «Curator» sostiene, ad esempio, che nei musei statunitensi solo il 10% dei visitatori utilizza lo strumento informatico. A Palazzo Grassi, sede esclusivamente di mostre temporanee, circa il 30% dei visitatori è attratto dal prodotto elettronico, ma occorre ricordare che il pubblico dell'istituzione veneziana è costituito per il 25% da ragazzi in età scolare⁵. L'editoria tradizionale presso il Louvre raggiunge una percentuale del 47% delle vendite complessive⁶.

Il calcolatore nonostante questo, per le sue ben note caratteristiche specifiche (rapidità di ricerca e gestione di numerose informazioni, capacità di collegamenti, duttilità, possibilità di costanti aggiornamenti) rappresenta un sussidio indispensabile. Se riportato e collocato nel quadro di una progetto di comunicazione museale complessiva diviene strumento prezioso sia come momento di approfondimento, sia come veloce “segnalatore” capace di fornire la risposta giusta al momento giusto (RUVO 1995).

Più che come improbabile sostituto del catalogo o della guida illustrata,

⁵ I dati sono stati presentati dal dr. Paolo Viti nel corso dell'intervento *La presenza di cataloghi elettronici nell'esperienza delle grandi mostre di Palazzo Grassi*, tenuto al Convegno *Il museo nell'epoca multimediale*, Verona, 23-24 giugno 1995.

⁶ Il Giornale dell'Arte n. 116, novembre 1993.

è utile come logico ordinatore di dati opportunamente formalizzati. La macchina dà il meglio nella organizzazione e ricerca di informazioni complesse destinate ai visitatori: schede di oggetti, percorsi prevalentemente testuali di approfondimento, reperimento di informazioni bibliografiche, itinerari, relazioni informative con oggetti o istituzioni più lontane, che magari il visitatore può stampare a suo piacimento, a basso costo, con rapidità. Tutto ciò dovrebbe avvenire senza perdere di vista il rapporto risorse-costi-benefici. Ad esempio programmi interattivi su calcolatore possono essere facilmente trasformati in gradevoli video cassette rendendo disponibile un prodotto con effetti prossimi alla cinematografia, a costi decisamente molto interessanti⁷.

Lo strumento informativo diviene poi indispensabile per consentire un approccio a materiali particolarmente preziosi e non sempre esponibili o apprezzabili nella loro interezza. In questa direzione si segnalano due esperienze molto recenti. La prima è stata condotta presso la Biblioteca Apostolica Vaticana ove sono state riprodotte e rese disponibili a video pagine scelte di antichi corali e manoscritti liturgici⁸. La seconda iniziativa riguarda alcuni codici miniati della Biblioteca «A. Mai» di Bergamo, che sono stati riprodotti su CD regolarmente distribuiti al pubblico⁹.

L'applicazione informatica si rivela utile anche nei cosiddetti musei della città ove la presenza di documenti e di rielaborazioni anche plastiche è prioritaria rispetto agli oggetti. In questo caso, si tratta di nuclei informativi destinati a fornire un quadro introduttivo o di analisi del tessuto urbano e alle sue parti monumentali, per renderne apprezzabili aspetti che solo attraverso rielaborazioni cartografiche e grafiche appaiono leggibili.

Il calcolatore con le sue capacità di creare modelli, di passare con rapidità da una tipologia all'altra di informazioni (scritti, immagini, ricostruzioni tridimensionali) recupera meglio che altrove una precisa operatività.

In sostanza ai calcolatori che parlano e suonano converrebbe preferire macchine che, senza rinunciare a presentazioni formalmente eleganti e graficamente sobrie, "rispondessero" alle "domande" dei visitatori. Per questi stessi visitatori però «i cartellini (che) mancano del tutto, o sono cartigli assolutamente generici, o sono scritti soltanto in italiano» (*Touring* 1995) dovrebbero essere soltanto un brutto ricordo.

MARIA LUGIA PAGLIANI

Istituto per i Beni artistici culturali e naturali
della Regione Emilia Romagna, Bologna

⁷ Un interessante esperimento in questo senso è stato condotto in occasione della mostra dedicata alle Collezioni d'Arte della Cassa di Risparmio di Parma, tenutasi presso la Fondazione Magnani Rocca (Parma) nel settembre-novembre 1992.

⁸ La realizzazione è stata presentata nel corso della mostra *Liturgia in Figura*, Biblioteca Apostolica Vaticana, 30 marzo-10 novembre 1995, Roma.

⁹ I CD erano consultabili durante la Mostra *Tesori miniati*, marzo-aprile 1995, Palazzo della Ragione, Bergamo; maggio-luglio 1995, Monastero di Santa Giulia, Brescia.

BIBLIOGRAFIA

- CALAMANDREI M. 1995, *Così la preistoria cavalca il futuro*, «Il Sole-24 Ore», 28 maggio, 34.
- ECO U. 1994a, *Sarà la filosofia a insegnarci come usare l'informazione*, «L'Espresso», 22 luglio, 170.
- ECO U. 1994b, *Lunga vita al libro: è un capolavoro di alta tecnologia*, «L'Espresso», 7 ottobre, 218.
- EMILIANI A. 1989, *Il Politecnico delle Arti*, Bologna, Nuova Alfa Editoriale.
- GAMMON R. 1992 (ed.), *Best Science in Writing: Readings and Insights*, Phoenix, Onyx Press.
- GLUSBERG J. 1983, *L'ultimo museo. Musei freddi e caldi, vecchi e nuovi, immaginari e integrati*, Palermo, Sellerio.
- GOTTARELLI A. 1995, *La modellazione tridimensionale del documento archeologico: livelli descrittivi e procedimenti digitali*, «Archeologia e Calcolatori», 6, 75-103 (tavv. Ib-II).
- ISTAT 1995, *Indagine statistica sui musei e le istituzioni similari*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma.
- LEVENSTEIN B.V. 1992 (ed.), *When Science Meets the Public*, American Association for the Advancement of Science, Washington.
- MARTLEW R. 1993, *Multi-media museums: potential applications of interactive technology*, in E. SOUTHWORTH (ed.), *Ready For the New Millenium?, Features for Museum Archaeology*, «Museum Archaeology», 17, 1990 (1993), 44-51.
- NEGROPONTE N. 1995, *Essere digitali*, Milano, Sperling Kupfer.
- PAGLIANI M.L. 1992, *Beni culturali: didattica al computer*, «Archeologia e Calcolatori», 3, 199-206.
- PAGLIANI M.L. 1993, s.v. *Museo*, in *Enciclopedia Italiana, V Appendice*, Istituto dell'Enciclopedia Italiana, Roma.
- PRIMICERIO D. 1991, *L'Italia dei musei. Indagine su un patrimonio sommerso*, Milano, Electa.
- RUVO C. 1995, *La comunicazione multimediale nelle attività scientifiche e divulgative dei beni culturali*, «Archeologia e Calcolatori», 6, 243-258.
- SERIO M. 1995, *L'Italia leader del progetto pilota su musei e gallerie informatizzate*, «Il Giornale dell'arte», aprile.
- Touring* 1995, *I musei in Italia: punti critici, responsabilità, proposte*, I libri bianchi del Touring Club Italiano, Centro Studi TCI, 3, Milano.
- VAMOS T. 1993, *Epistemologia del computer*, Milano, Sperling Kupfer.

ABSTRACT

The author describes the difficulties in making good use of Personal Computers for educational finality in Italian museum. These difficulties are produced by computer world disorder and by collections complexity. A good solution may be to realize a general communication's plan for museum. Therefore Personal Computers acquire a specific role in connection with the other media.