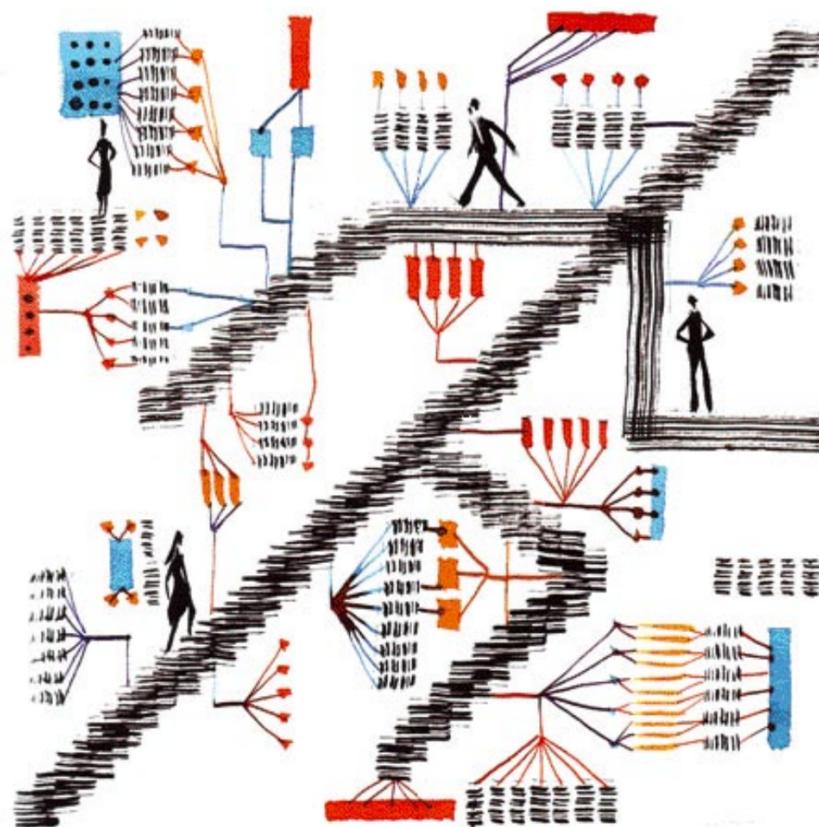


BENVENUTI NEL MUSEO 2.0

Dalle mostre virtuali ai biglietti elettronici via telefono cellulare: il digitale amplia l'offerta e impone un ripensamento del rapporto con il pubblico. Senza diventare - rassicura **Nathalie Leleu** - una pericolosa alternativa. *Illustrazioni di Alessandro Sanna*

ADISPETTO DELLE NORME sociali, andare al museo col telefonino non è necessariamente una cattiva idea. Le Gallerie Nazionali del Grand Palais e il Museo Picasso a Parigi, ad esempio, propongono l'acquisto di un biglietto elettronico da stampare a casa, o che in alternativa viene inviato sotto forma di codice a barre sul telefono cellulare. Questo servizio mobile e a distanza è una delle ultimissime esemplificazioni del trasferimento delle tecnologie industriali



Il Louvre ha realizzato
in Rete una mostra
immaginaria
su Jean Fragonard,
la Villette un carnet interattivo
che consente di proseguire
la propria visita sul web

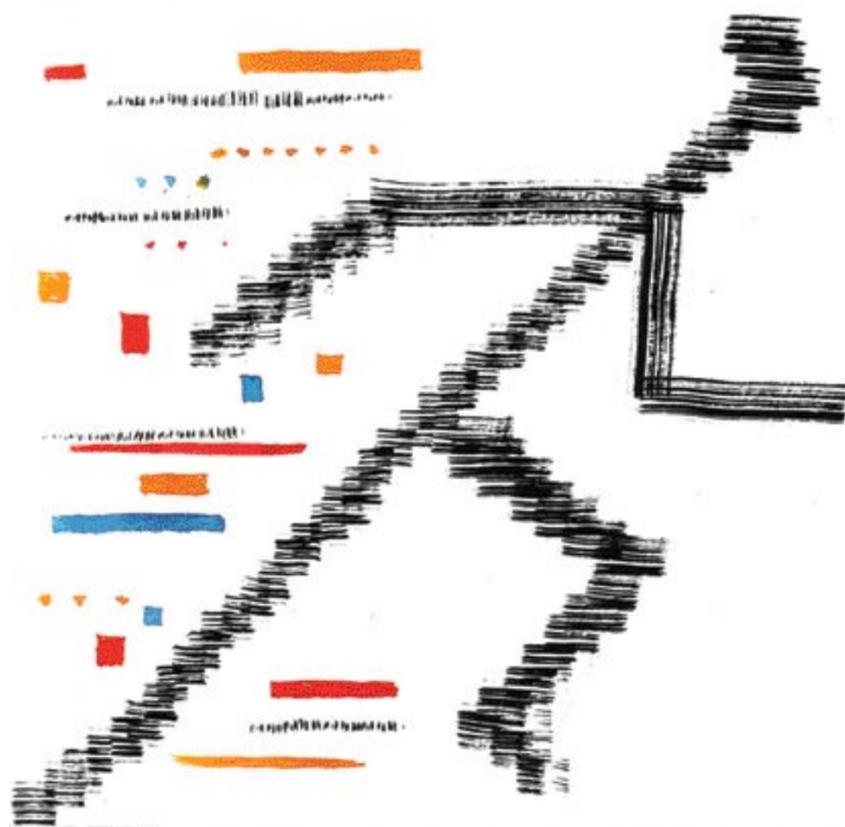
nel settore culturale. Un passaggio che va dall'esportazione pura e semplice di una prestazione come l'e-ticket alla partnership tra organismo culturale e impresa, vedi l'esempio della Tate Gallery di Londra con British Telecom per lo sviluppo del sito internet della Tate (www.tate.org.uk), o del Louvre con Accenture (mecenatismo di competenze) e con Blue Martini (partnership tecnologica).

Il tasso di penetrazione tecnologica è in verità ancora limitato, ma questo non è interamente imputabile alla bassa lentezza e al budget anemico delle amministrazioni interessate. L'impresa di smaterializzazione avviata nei primi anni del XXI secolo riconfigura l'economia - in tutti i sensi del termine - della conoscenza e delle sue risorse. Ma lo straordinario potenziale della diffusione digitale del sapere ha un pericoloso corollario: il

proliferare anarchico dell'informazione, se non addirittura una sovrapproduzione deleteria ai fini della comprensione. Il confronto con le opere d'arte, che per natura e vocazione tendono a sottrarsi alla normalizzazione, è l'ennesima scommessa nell'esplosione spazio-temporale del cyberspazio.

Il fatto è che troppo spesso si dimentica un dato evidente: la produzione digitale è una forma di pubblicazione che esige una politica editoriale rigorosa, selettiva e strutturata tanto quanto quella in voga nella tradizionale editoria cartacea. La specificità di questa pubblicazione non è affatto equiparabile a una trasposizione in pixel delle forme del reale: le repliche elettroniche delle opere e dei siti non hanno le qualità necessarie per sostituirsi ai loro referenti tangibili, così come le visite virtuali non si pongono in concorrenza con l'esperienza fisica e sensoriale di cui il museo è il territorio consacrato. Evitare il parassitismo dell'immateriale ai danni del materiale, privilegiandone l'interazione cooperativa: la rivoluzione digitale nei musei si farà così... o non si farà.

La rivoluzione è già in atto. Numerosi musei in tutto il mondo l'hanno avviata negli Anni Ottanta, con i primi programmi di informatizzazione degli inventari, aprendo sempre nuovi fronti sul terreno dei servizi al pubblico. Il Centre Pompidou è stato tra i pionieri, consentendo sin dal 2003 l'accesso online alle 58mila opere delle proprie collezioni (www.centrepompidou.fr). Ma la maggior parte dei cataloghi on line offre un "servizio minimo": la riproduzione dell'opera, corredata della sua "carta d'identità". La digitalizzazione delle risorse nonché la potenza di calcolo e la capacità della rete consentono oggi invece di far emergere una cartografia documentaria "intelligente" intorno a un artista e alla sua opera, di seguire il percorso intellettuale che ha ispirato la costituzione di un fondo o di una collezione, spaziando dalla semplice informazione allo stato preciso della ricerca professionale. Esempio è il dossier elettronico di *Mapping the Studio II*, 2001,



di Bruce Naumann, messo on line dalla Tate Gallery (www.tate.org.uk/research/tateresearch/majorprojects/nauman). Secondo l'esempio della Tate Gallery è possibile creare link tra un'opera e la sua documentazione, una pagina del catalogo, un'immagine museografica, una registrazione sonora, un film, dei riferimenti bibliografici; ascoltare un commento a un'opera sul sito o in alternativa durante la visita, scaricando un file Mp3 sul proprio lettore personale.

Questa pratica di collegamento multimediale o, per spingerci oltre, di interoperabilità fra differenti basi di risorse era ancora un sogno solo qualche anno fa, ormai è una realtà. L'ostacolo maggiore è la costrizione economica che le leggi sul diritto d'autore fanno gravare sulla diffusione dei contenuti, troppo spesso censurati perché troppo onerosi.

Nondimeno la gamma delle esperienze culturali si è considerevolmente allargata: mostre virtuali, preparazione o accompagnamento interattivo alla visita, dossier pedagogico, e così via. Il Louvre ha recentemente inaugurato una "mostra immaginaria" su Jean-Honoré Fragonard (www.louvre.fr/lv/dossiers/liste_ei.jsp?bmLocale=fr_FR), che assembla in uno spazio virtuale tridimensionale una selezione di opere tratte dalle collezioni del museo e da altre istituzioni. Il carattere inedito della visita porta una ventata di freschezza nella dimensione classica della mostra, collocandosi come un'alternativa e non come un sostituto del circuito fisico. La Cité des Sciences alla Villette offre ai visitatori una gamma di servizi intitolata *Visite +* (www.cite-sciences.fr/cgi/modif): un cyber-car net per annotare il proprio percorso in una serie di

punti d'accesso interattivi, creando sul sito una sezione personale in cui sono raccolti i materiali selezionati durante la visita e i dossier preparati dall'équipe scientifica. Alcune novità derivano dai modi della comunicazione specifica di Internet, come il forum. I commissari della mostra «Air de Paris», inaugurata al Centre Pompidou lo scorso 25 aprile, hanno aperto un blog (www.airsdepairs.centrepompidou.fr) presentato come un protocollo preliminare all'esposizione, destinato a raccogliere le riflessioni delle personalità del mondo della ricerca e dell'arte riguardo ai temi della mostra. Il pubblico è invitato a porre domande nella rubrica *Place publique* che i moderatori introdurranno nei successivi dibattiti.

La dimensione sperimentale di queste iniziative è un indicatore della volontà che anima i musei di sincronizzarsi con il mondo contemporaneo, secondo uno spirito che è agli antipodi di quella «santuarizzazione» di cui sovente vengono sospettati - non sempre a torto. Beneficiando di una gestione dinamica, l'organismo culturale si trasforma in un vero e proprio centro di ricerca, articolando la dimensione teorica e creativa, scientifica e artistica. Creato nel 2006, l'Institut de recherche et d'innovation (www.iri.centrepompidou.fr) esplora il rapporto tra la presentazione delle opere d'arte al pubblico e il modo in cui quest'ultimo le recepisce. Attraverso il coinvolgimento del mondo artistico, letterario e industriale, oltre che tecnologico, intende sviluppare nella teoria e nella pratica nuovi spazi di comunicazione e supporti tecnici in sintonia con la vita sociale, economica e culturale del XXI secolo.

I percorsi, virtuali o materiali, che oggi conducono al museo sono numerosi: le porte del «tempio delle Muse» non sono mai state così aperte. ☪

Nathalie Leleu, incaricata della conservazione al Centre Georges Pompidou, insegna all'Università Paris IV e all'Institut d'Études Politiques di Parigi.