



I musei e la sfida della digitalizzazione

L'Italia parte indietro, per carenza di personale specializzato, assenza di piani e progetti di contenuti. Ma alcune realtà possono indicare la strada

Modificano gli equilibri di potere, creano nuove opportunità e aprono nuovi scenari. Non gradualmente, ma d'improvviso, in modo anche traumatico, che coglie impreparati. **I momenti di crisi nella storia sono sempre stati anche molla di un'accelerazione di vari processi.** In questo senso, il fenomeno più rilevante impresso dalla pandemia Covid 19 che è dato registrare nel campo museale è la **decisiva spinta alla digitalizzazione**. Da un [sondaggio NEMO](#) (Network of European Museum Organisations) è emerso che oltre il 60% dei musei del mondo ha aumentato la propria presenza on-line, registrando un incremento delle visite del 40%. In Italia, stando all'[Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano](#), il 76% dei musei è presente su almeno un profilo dei social network. Solo un museo su quattro (24%), però, ha un piano strategico per l'innovazione digitale.

Contenuti culturali alle soglie della pandemia

Ma l'Italia com'è arrivata alle soglie della pandemia? Sotto la media degli altri paesi europei. L'Istat (dati 2018) ha rilevato che solo l'11,5% dei musei statali ha effettuato la catalogazione digitale del proprio patrimonio. Quanto alla strumentazione digitale, il 43,7% dei musei statali ha un sito web, il 65,9% ha un account social, mentre solo il 9,8% offre la possibilità di una visita virtuale.

Passando dai dati quantitativi a quelli qualitativi, il proliferare dei contenuti digitali ha, però, messo in evidenza che si tratta per lo più di esperienze poco strutturate e all'insegna dell'improvvisazione, o se preferiamo della buona volontà dei singoli, in assenza di programmazione e progettazione dei contenuti e di strumenti adeguati per veicarli.

L'Osservatorio ha messo in luce, infatti, la pesante carenza di personale specializzato: il 51% dei musei non si avvale di alcun professionista con competenze digitali.

La risposta da parte dell'utenza non poteva, dunque, che essere tiepida.

Dall'indagine quantitativa commissionata da Impresa Cultura Italia-Confcommercio a Swg per analizzare i "consumi culturali" durante il lockdown, è emerso un vero e proprio **flop delle visite virtuali a musei e siti archeologici**: solo il 4% ha fatto una visita virtuale completa, il 28% non ne sapeva dell'esistenza e il 51% lo sapeva, ma non le ha utilizzate. Per non dire che se le visite virtuali proliferano, non si può dire altrettanto della disponibilità delle collezioni on line.

Il Piano Mibact per la digitalizzazione: occorre fare sul serio

Serve, dunque, consapevolezza dei fini e delle destinazioni verso cui indirizzare l'accelerazione. Serve, insomma, "fare sul serio". **Ci sta provando il Mibact: il piano per la digitalizzazione del patrimonio è il più corposo (2,5 miliardi)** di quelli presentati dal Ministero nell'ambito dei fondi Next Generation EU (il

cosiddetto “Recovery Fund”). **Fondi, però, che non possono essere impiegati per assunzioni a tempo indeterminato di specialisti in digitale.** Dieci miliardi sono stati stanziati per la “Netflix della cultura”: *“una piattaforma digitale pubblica, che stiamo costruendo con Cassa depositi e prestiti ma che potrà avere anche partner privati, che possa presentare a pagamento in Italia e nel mondo l’intera offerta culturale del nostro paese”*, ha detto il ministro per i beni culturali [Dario Franceschini](#).

Musealizzazione a distanza: breve giro d’Italia

Passiamo in breve rassegna, allora, i casi più significativi di come stanno provando a digitalizzarsi alcune realtà museali in Italia. Mentre andando a scavare in quelle più piccole si scoprono cose interessanti, in cui il digitale fa coppia con il tradizionale estro italico. Come al **Piccolo museo del diario di Pieve Santo Stefano** (Arezzo), che già nasce come un intenso percorso multisensoriale e interattivo, e che in tempo di pandemia si è inventato *“Caro amico ti scrivo”*, cartoline con le storie del museo spedite ai visitatori che non possono accedervi.

Uffizi, Firenze

Differenziare contenuti e linguaggio: così gli Uffizi sono sbarcati su tutti i social. Su Facebook dirette live e focus tematici, su Instagram opere in micropillole, su Twitter eventi, rivolti specialmente al pubblico internazionale, e su TikTok brevi video ironici e leggeri che strizzano l’occhio al pubblico più giovane. “Uffizi on air” è, invece, un programma di dirette appositamente realizzate per i canali social, che comprende anche gli streaming dei tradizionali “Mercoledì degli Uffizi”.

Galleria dell’Accademia, Firenze

Grazie a un’importante collaborazione con l’azienda Haltadefinizione, eccellenza nel campo delle tecnologie per i beni culturali, in particolare nell’imaging, **il museo**

fiorentino ha effettuato una campagna di acquisizione d'immagini ad alta definizione, che ha interessato settantacinque capolavori, col risultato che possono essere goduti quasi meglio che de visu, con ingrandimenti spettacolari dei minimi dettagli.

Parco archeologico, Paestum

E' online l'intero patrimonio tramite il sistema digitale di catalogazione, gestione e studio, sviluppato in collaborazione con Visivalab, società specializzata in soluzioni tecnologiche che ha già collaborato con il Parco archeologico, sviluppando l'app gratuita Paestum. Il nuovo catalogo digitale, [Sistema Hera Paestum](#), è un sistema integrato GIS (Geographic Information System) dove è possibile consultare le informazioni di catalogo, i documenti di archivio, il patrimonio monumentale e i dossier di progettazione. **Il sistema permette di ricreare in ambiente digitale il legame contestuale dei reperti archeologici con i luoghi del loro rinvenimento, con le indagini che li hanno portati alla luce e la loro documentazione.** Ogni elemento schedato è georeferenziato e mappato. Tutti i dati presenti in Hera dialogano reciprocamente mediante relazioni logiche e possono essere processati per finalità amministrative, progettuali e di fruizione, nonché essere integrati ai sistemi di catalogazione nazionali adottati dal MiBACT. Ma, per il grande pubblico, è interessante che Hera sia accessibile a tutti, in tempo reale, mediante il sito web del Parco archeologico.

Castel del Monte: HoloMuseum

Il sito Unesco di Andria (Barletta) è diventato un HoloMuseum, un progetto basato su **tecnologie Microsoft di Cloud Computing, Intelligenza artificiale e Realtà mista**, che da una parte potenzia l'esperienza della visita reale e dall'altra consente di entrare nel castello da qualunque parte del mondo. Nel primo caso, offrendo la possibilità d'integrare il percorso con livelli informativi ed esperienziali aggiuntivi rispetto a quelli dell'allestimento fisico. **Quando si potrà ri-accedere al**

museo, tutta una serie di contenuti in realtà aumentata potranno arricchire l'esperienza di visita: si va da una guida d'eccezione, l'avatar 3D di Federico II di Svevia che accompagnerà il turista illustrando le diverse tappe della mostra, alla visualizzazione di contenuti multimediali e materiali audiovisivi sulla storia di Castel del Monte, a interviste a critici d'arte, fino all'interazione con modelli digitali 3D per approfondire alcuni temi ed elementi della struttura architettonica del castello, come il portale principale lapideo, i camini, la tecnica di copertura a volta degli ambienti trapezoidali e le decorazioni scultoree delle sale.

Musei civici, Verona

Il lockdown è stata la molla per dare vita a un **progetto che ha coinvolto l'Università di Verona e l'Accademia di Belle arti** cittadina. I Musei civici, nel cui organico compare una figura professionale in digitale, hanno sperimentato una prima sortita sui canali social con una serie d'interventi video preparatori alla visita in presenza di una mostra che avrebbe dovuto essere inaugurata nel marzo scorso. Il coinvolgimento degli studenti universitari del corso di specializzazione ha riguardato la catalogazione delle opere nella piattaforma ministeriale SIGECweb. Un esempio di come *"tale ambito richieda una professionalità particolare, che coniuga preparazione scientifica storico-artistica e applicazione della tecnologia, si tratti della schedatura di un'opera d'arte o della descrizione della stessa ad un target eterogeneo e/o specialistico, dell'organizzazione dei servizi o dei supporti alle visite in sede"*, ha spiegato a "Finestresull'arte" Francesca Rossi, direttrice dei Musei civici. **Servono competenze. Ma anche fondi dedicati.** Quelli Mibact nell'ambito della Next Generation EU, dicevamo in premessa, possono essere impiegati solo a formare personale già in organico. Al Museo di Castelvecchio, invece, nel lontano 2000 fu possibile realizzare l'archivio digitale dei disegni di Carlo Scarpa **"grazie a finanziamenti statali e regionali appositamente dedicati che hanno permesso la costituzione di un gruppo di lavoro con specifiche**

competenze”, ricorda ancora Rossi.

Poldi Pezzoli, Milano

Qui il futuro digitale è arrivato da tempo, ben prima della pandemia. Il Museo dal 2009 è su Facebook e dal 2014 su Instagram. **Il sito online è stato rinnovato nel 2019:** risponde ai criteri di accessibilità online, possiede un'alberatura molto ricca, una navigazione semplice ed è ottimizzato per la ricerca SEO. Lo staff è costantemente aggiornato tramite seminari. Lo stop imposto nel 2020 è stato occasione per un'attività di pulizia, omogeneizzazione, verifica e aggiornamento del database interno di 6.000 oggetti e per incrementare il catalogo online in inglese.

La parola improvvisazione qui è bandita: è stato costituito un gruppo responsabile dei social, formato da personale interno e un collaboratore a progetto, che mette a punto mensilmente piani editoriali. Vi rientrano una serie d'iniziative digitali gratuite sui suoi canali social, dedicate a tutte le fasce d'età, come le quotidiane “Poldi Pezzoli Stories”, approfondimenti in “pillole video” su opere d'arte a cura del direttore e dello staff scientifico; i contributi di professionisti e associazioni che collaborano con il Museo; e i contenuti riguardanti la cura e la gestione delle collezioni. Oltre a contributi realizzati dai Servizi educativi del Museo, per bambini e studenti, e approfondimenti per insegnanti. E per evitare flop con gli esigentissimi destinatari più giovani, alcune delle modalità d'innovazione digitale proposte vengono testate in prima battuta da una sorta di laboratorio di ragazzi, nativi digitali che, come i loro coetanei, maneggiano con dimestichezza i linguaggi informatici.

Il team del **Gruppo giovani, sotto la guida della responsabile della promozione, permette al Museo di testare con utenti giovani le proposte ricevute.** Come il “Chat bot game”, un gioco che aiuta a scoprire in chat quattro case museo di Milano (oltre al Poldi Pezzoli, il Museo Bagatti Valsecchi, la Villa

Necchi Campiglio e la Casa-Museo Boschi Di Stefano). Usando l'innovativa tecnologia dei chatbot, sistemi automatici che permettono di chattare con personaggi virtuali come se fossero persone reali, si possono scoprire dettagli inediti e affascinanti delle case-museo milanesi e del quartiere che li circonda. Per giocare basterà avere uno smartphone con Facebook Messenger, su cui si può interagire con un personaggio virtuale che, attraverso una serie di indizi nascosti nelle case-museo, aiuta a sconfiggere un misterioso mago del Rinascimento, realmente esistito. Un esempio di declinazione in chiave digitale e nel segno della qualità di uno dei tradizionali scopi assegnati al museo: quello anche di "dilettare".

Sicilia: una storia a parte

Nella regione autonoma, **la digitalizzazione è finanziata all'interno di un piano da 22 milioni assegnati per riqualificare 9 musei:** il Museo archeologico di Aidone (Enna); il Museo archeologico di Gela (Caltanissetta); l'Antiquarium e il Museo "Pirri Marconi" nel Parco archeologico di Himera a Termini Imerese (Palermo); il Museo d'arte moderna e contemporanea di Palermo; il Museo delle Solfare "Trabia Tallarita" di Riesi (Caltanissetta); il Museo archeologico "Paolo Orsi" di Siracusa; il Museo "Agostino Pepoli" di Trapani; il Museo interdisciplinare di Messina. Gli interventi riguarderanno il miglioramento infrastrutturale, nuovi allestimenti, impianti d'illuminotecnica e sistemi digitali per la fruizione e la valorizzazione delle collezioni. A gestire i 9 progetti è stato nominato un commissario.

About Author



Silvia Mazza

Storica dell'arte e giornalista, scrive su "Il Giornale dell'Arte", "Il Giornale dell'Architettura" e "The Art Newspaper". Le sue inchieste sono state citate dal "Corriere della Sera" e dal compianto Folco Quilici nel suo ultimo libro Tutt'attorno la Sicilia: Un'avventura di mare (Utet, Torino 2017). Dal 2019 collabora col MART di Rovereto e dallo stesso anno ha iniziato a scrivere per il quotidiano "La Sicilia". Dal 2006 al 2012 è stata corrispondente per il quotidiano "America Oggi" (New Jersey), titolare della rubrica di "Arte e Cultura" del magazine domenicale "Oggi 7". Con un diploma di Specializzazione in Storia dell'Arte Medievale e Moderna, ha una formazione specifica nel campo della conservazione del patrimonio culturale. Ha collaborato con il Centro regionale per la progettazione e il restauro di Palermo al progetto europeo "Noè" (Carta tematica di rischio vulcanico della Regione Sicilia) e alla "Carta del rischio del patrimonio culturale". Autrice di saggi, in particolare, sull'arte e l'architettura medievale, e sulla scultura dal Rinascimento al Barocco, ha partecipato a convegni su temi d'arte, sul recupero e la ridestinazione del patrimonio architettonico-urbanistico e ideato conferenze e dibattiti, organizzati con Legambiente e Italia Nostra, sulle criticità dei beni culturali "a statuto speciale", di cui è profonda conoscitrice.

[See author's posts](#)

[!\[\]\(d66ff64371a51729ac8c1cdaa685ba6f_img.jpg\) Condividi](#)