

dCloud (Gamec di Bergamo); interfacce nelle quali il personale del museo si confronta con il pubblico (Rijks From Home di Rijksmuseum e National Museum of Australia). E, poi: viaggi immersivi (Place Museum di Pechino); blog (Zeit Museum of Contemporary Africa di Cape Town); giochi intelligenti (Acquario di Monterrey Bay e Nelson Atkins Museum); progetti collaborativi (Cleveland Museum of Art); appuntamenti riservati a persone con disabilità visiva (Guggenheim); incursioni su social molto frequentati dai giovani come TikTok o la sua versione cinese, Douyin (Uffizi, Museum Challenge). Infine, i Mooc (Massive Open Online Courses), corsi accademici gratuiti accessibili a tutti (Moma, Pompidou), tra le frontiere più interessanti e ancora poco esplorate della formazione, come ha sottolineato Lizza Mazzola, *assistant director* del Moma: «I musei cercano sempre di far crescere gli accessi ma gli edifici fisici hanno limiti di capacità. Entrando nel mondo dei Mooc, la nostra capacità è passata da soddisfare le esigenze di meno di tremila insegnanti all'anno a più di 50 mila».



Tali esempi dimostrano come i musei, tra marzo e questo mese di dicembre, abbiano tentato di porsi in sintonia con un bisogno sempre più esteso di cultura e di arte. Da un recente sondaggio effettuato dal Network of European Museum Organizations (Nemo) emerge che il 40% degli enti consultati oggi ha intenzione di pianificare una strategia digitale, il 21% intende investire in nuove infrastrutture tecnologiche e il 18% vuole formare il proprio personale sulle competenze richieste dalle tecnologie informatiche. Inoltre, si ricordi che, nello scorso marzo, l'interesse degli utenti online verso le parole «museum virtual tours» è stato giudicato da Google a 100, il valore più alto attribuito dal motore di ricerca per una ricerca online. Questo valore, tuttavia, nei mesi successivi, è tornato a parametri pre-Covid (2.4). Si tratta di un'oscillazione decisiva: condannato alla claustrofobia, nei giorni del lockdown, il pubblico è stato animato dalla curiosità di passeggiare virtualmente nei musei; ma ora sembriamo più consapevoli del fatto che non basta restare connessi. L'esperienza insostituibile resta quella legata all'incontro fisico con il

CONTINUA A PAGINA 42

corpo delle opere. Questo cambiamento deve indurci a riflettere sulla *vita nova* del museo in una prospettiva diversa. Che muova, innanzitutto, dalla riarticolazione del nesso tra online e offline. Da un lato, l'online, nel quale le nostre azioni appaiono più semplici, più rapide, più efficaci e (forse) più sicure di quelle che scandiscono la nostra quotidianità: non ci vengono richieste abilità particolari; possiamo ottenere risultati immediati; siamo in grado di annullare ogni nostra azione senza troppi problemi. Inoltre, viaggiando tra App e database, il multitasking ci dà l'illusione di poter attraversare simultaneamente più avventure. Dall'altro lato, l'offline (la vita vera), senza il quale però l'online non avrebbe alcun senso: una sorta di versione compressa dell'online.

Per un verso, i grandi musei sono obbligati a ripensare la propria filosofia, ridefinendo i programmi delle mostre, riallestendo il patrimonio delle collezioni, valorizzando quel prodigioso giacimento che sono gli archivi e i depositi. Per un altro verso, essi non possono più eludere la sfida del confronto con il web e con i social, agorà nelle quali si generano, si distribuiscono e si condividono immagini, testi e informazioni, avviando

iniziativa di ascolto e di dialogo partecipato. I musei, perciò, devono elaborare serie politiche nell'utilizzo del digitale, ponendosi in linea con quella che Maurizio Ferraris ha chiamato la «civiltà documediale», i cui tratti principali sono: mobilitazione totale; frenetica attivita di registrazione; sviluppo di un lavoro implicito, continuo e gratuito (tutti democraticamente fabbricano testi); proliferazione di dati (ogni nostro gesto produce documenti pronti a essere immagazzinati e, insieme, ciascuno di noi è ricettore e produttore di messaggi).



Nell'era della «documedialità», le immagini riprodotte sui siti e sui social non sono semplici fotografie mute ma «data-design»: rappresentazioni di eventi artistici, che chiedono di essere usati e performati da noi. Del resto, ha ricordato Boris Groys in *In the Flow* (Postmedia Books), «la visualizzazione del dato digitale si configura sempre come un atto interpretativo da parte dell'utente». Mentre nell'offline l'atto di contemplazione non lascia nessuna traccia, sul web ogni nostro spostamento da un link a un altro viene registrato e conservato, trasformandoci da spettatori in attori concreti. Eppure, come ha sottolineato ancora Groys, occorre non dimenticare mai che «internet è un mezzo d'informazione, ma l'informazione è sempre informazione di qualcosa e questo qualcosa si trova (...) al di fuori di internet, ovvero offline».

Il destino dei musei, perciò, sembra essere non troppo lontano dal nostro. Come i superuomini digitali ma anche come le scuole, le università, le biblioteche e gli archivi, essi, nell'immediato futuro, dovranno adottare un *blended model*. Imparare a destreggiarsi in una geografia a doppia forza motrice, nella quale, per riprendere una suggestione di Alessandro Baricco, mondo e «oltremondo» vengono connessi, si fondono e si combinano, dando vita a una creazione infinita e permanente.

Solo se sapranno intersecare online e offline i musei potranno porsi (ancora) come prodigiose macchine per pensare, per abitare il passato e per inventare il futuro, proponendo un aggiornamento della classica definizione offerta da Icom (International Council of Museums): «Un museo è un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, 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, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto».

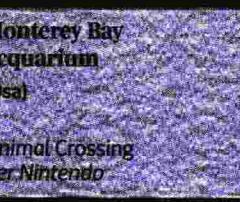
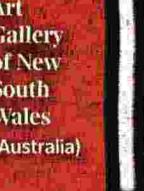
Vincenzo Trione

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Digitalizzazione, App, tour sul web: i musei cercano di affrontare la drammatica crisi esistenziale dovuta alle chiusure

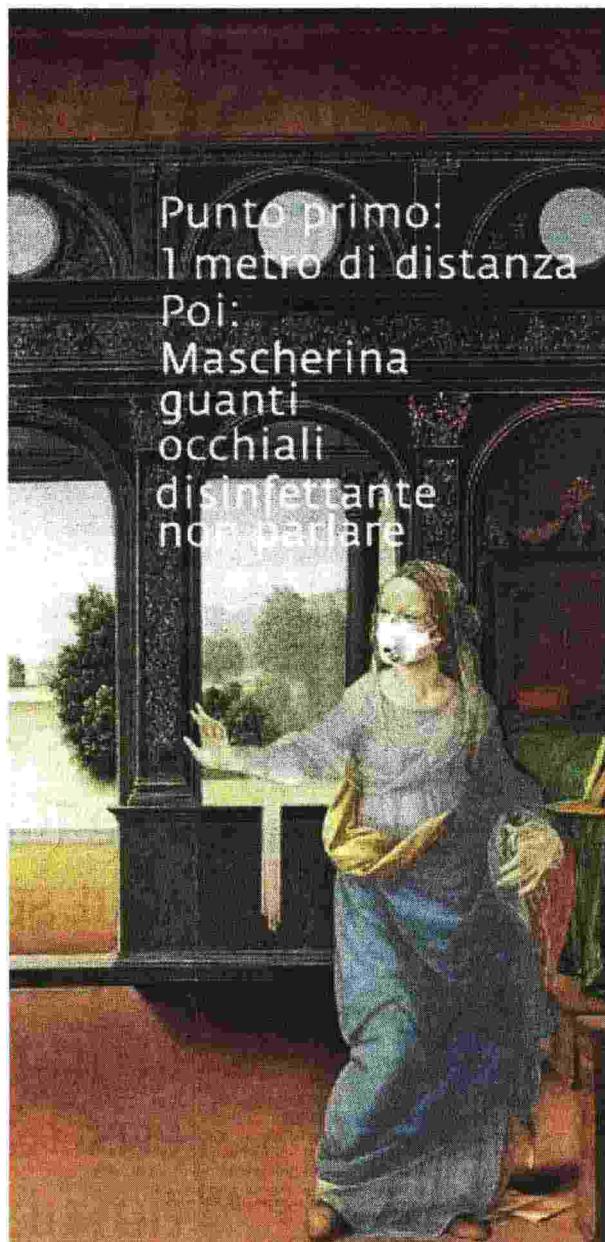
Le attività social

ISTITUZIONE
(Paese)
ProgettoOfferta
complessivaEventi
OnlineTour
Virtuale

 Vienna State Opera (Austria) Vienna State Opera Streaming	 National Palace Museum (Taiwan) National Palace Museum	 Bahrain National Museum (Bahrain) Bahrain National Museum		 Henie Onstad Kunstsenter (Norvegia) Henie Onstad Art Channel	 Paper Company Project (Giappone) Paper Company Project	
 Louvre (Francia) Louvre				 Guggenheim NY (Usa) Guggenheim At Large	 Monterey Bay Aquarium (Usa) Animal Crossing per Nintendo	
 Gamec (ITALIA) Radio Gamec	 MOMA (Usa) Free Online Courses			 Art Gallery of New South Wales (Australia) Together in Art	 Van Gogh Museum (Paesi Bassi) Enjoy the museum from home	
 Tefaf (Usa) Tefaf Online	 The Palace Museum (Cina) The Palace Museum	 Bangabandhu Museum (Bangladesh) Bangabandhu Museum		 Museum Challenge (Cina) Dancing Relicts	 Sao Paulo Museum of Art (Brasile) SPMOA	
 Museosphere (Francia) Museosphère				 British Museum (Regno Unito) British Museum	 MAXXI (ITALIA) Io Resto a Casa con il Maxxi	
 MUAC - Museo Universitario Arte Contemporáneo MUAC (Messico)						
 National Museum of Singapore (Singapore) Welcome to an old new world	 Unko Museum (Giappone) Unko Museum Online	 The National Museum of Beirut (Libano) The National Museum of Beirut			 MUC - Museum of Arts and Crafts (Croazia) MUC	
 Louisiana Museum of Modern Art (Danimarca) Louisiana Channel				 National Museum of Australia (Australia) Digital Excursions/The Australian Nation	 Smithsonian (Usa)	

Mostra Virtuale Social Media Educazione Festival Virtuale Fiera Virtuale Live Performance/Teatro Blog App Gaming

Pompidou (Francia)			Tokyo National Museum (Giappone) E-museum		
Les MOOC du Centre Pompidou				All American Museums (Usa) #MuseumFromHome	
	The Cleveland Museum of Art (Usa) ArtLens for Slack	The Met (Usa) Digital Digest			
Musei Senesi (ITALIA) Al Museo come a casa		Carnegie Museum of Natural History (Usa) Snail Jokes	Triennale (ITALIA) Triennale	Zacheta National Gallery of Art (Polonia) Zacheta National Gallery of Art	
V&A (Regno Unito) Explore the V&A Online		The Social Distancing Team (Canada) The Social Distancing Festival	Magazzino Italian Art (ITALIA) Magazzino Italian Art Spotify	Rijksmuseum (Paesi Bassi) From Home	
Tate (Regno Unito) Making art in isolation			National Cultural Heritage Administration (Cina)	David Zwirner (Usa) Platform: New York	
Zeit Museum of Contemporary Art Africa (Cape Town, Sudafrica) MOCAA Blog	Museum of Contemporary African Art Al Maaden (Marocco) MACAAL Online		Nelson Atkins Museum (Usa) I pinguini al museo	Futurium (Germania) Urbane Welten Tv	
Smithsonian Open Access	The Palestinian Museum (Palestina) The Palestinian Museum	Tallin Art Hall (Estonia) Tallin Art Hall		Mambo (ITALIA) 2 minuti di Mambo	Gallerie degli Uffizi (ITALIA) Apertura del canale TikTok

**Le immagini**

A sinistra: il poster realizzato da Armando Milani per l'Onu nel 2003. A pagina 41: una rielaborazione ironica realizzata dall'account TikTok degli Uffizi, social sul quale il museo è molto attivo, dell'*Annunciazione*, dipinto a olio su tavola (88 per 71 centimetri) di Lorenzo di Credi, databile al 1480-1485, conservato nella Galleria di Firenze

L'infografica

La mappa grafica di queste pagine rappresenta la proposta digitale di alcuni tra i più importanti musei internazionali. Si va dalle mostre e dai tour virtuali alle performance teatrali live, fino alle iniziative sui social media. A ogni iniziativa adottata da un museo corrisponde un colore

