

## PATRIMONIO

---

### 3.9 Innovazione sociale e tecnologica, gli enzimi della trasformazione (anche per il patrimonio)<sup>90</sup>

---

I temi dell'innovazione tecnologica, prima, e, più recentemente, di quella sociale, sembrano costituire la chiave principale dell'interpretazione dei cambiamenti che stanno investendo il sistema economico e sociale, internazionale e nazionale. Da una lettura attenta delle più interessanti e promettenti iniziative nell'ambito del patrimonio storico-artistico del nostro Paese, emerge la presenza dei medesimi elementi quale base per il rilancio di un settore che, nonostante la sua centralità, molto ha rischiato negli anni passati a causa del generale prevalere di un cauto immobilismo preservatore. Nel corso dell'ultimo anno si sono consolidate esperienze di uso dei social media e nuove tecnologie, di diverse e nuove forme di coinvolgimento di soggetti del settore privato e, anche da parte del Mibact, sono state finalmente introdotte una serie di iniziative innovative dal punto di vista organizzativo e gestionale.

Il settore tradizionalmente al centro delle riflessioni riguardanti l'area del patrimonio è costituito dai musei. Nel 2014 i dati ufficiali del Mibact sui **visitatori di musei**, monumenti e aree archeologiche statali indicano un valore di 40.744.716 presenze, in crescita del 6% rispetto al 2013, seppur ancora inferiori agli oltre 41 milioni di visitatori raggiunti nel 2011. Il risultato del 2014 si accompagna però alla realizzazione di una cifra di introiti, pari a 135.508.667 euro, mai raggiunta finora e marcatamente superiore a quella registrata nel 2011<sup>91</sup>. Sono infatti gli ingressi gratuiti, giunti complessivamente a 21.675.357 che, seppur in crescita rispetto al 2013, risultano inferiori a quelli del 2011 di 2.318.041 unità. La riorganizzazione del piano tariffario e degli orari d'apertura dei musei, con l'apertura

---

90 Realizzato in collaborazione con Giovanna Segre - Università IUAV di Venezia e Centro Studi Silvia Santagata-EBLA.

91 I dati, di fonte Mibact, indicano per il 2011 introiti pari a poco più di 117 milioni di euro.

prolungata del venerdì sera e le domeniche gratuite, hanno certamente dato un contributo a questi incrementi<sup>92</sup>, compensando il rischio di diminuzione di affluenza dovuta alla reintroduzione del biglietto a pagamento per gli over 65. Molti cittadini sembrano aver riscoperto i musei del proprio territorio, considerando come le presenze nelle prime domeniche del mese gratuite siano cresciute a novembre e dicembre, mesi tipicamente poco turistici.

L'aumento dei visitatori, paganti e non, è un elemento chiave per avviare nuovi modi di promozione delle istituzioni culturali, sia verso i propri pubblici sia verso potenziali sostenitori. In tale prospettiva una recente ricerca del Centro Studi Silvia Santagata ha analizzato il **ruolo dei gruppi di sostenitori e "Amici dei musei"**, organizzazioni con una componente rilevante di fidelizzazione e coinvolgimento attivo dei sostenitori che può favorire la creazione di una nuova forma di *mecenatismo adozionale*. I musei e gli istituti di antichità dotati di gruppi di sostenitori in Italia sono 1.206, il 28% del totale, ma alcune delle aree archeologiche e monumenti più importanti e visitati del Paese (Anfiteatro Flavio, Foro Romano e Palatino, e Pantheon) non risultano avere alcun gruppo formalizzato di Amici, mentre la piccola dimensione non sembra necessariamente precludere una significativa presenza di tale tipo di associazioni. Dalla ricerca emerge però come le potenzialità di un tale sistema di relazioni sia generalmente sottoutilizzato, rischiando di rappresentare un club troppo ristretto e selezionato di individui che spesso limita le sue azioni a interventi, seppur preziosissimi, di volontariato. Un buon termine di confronto per esplicitare invece le potenzialità derivanti dall'esistenza di tali soggetti è l'associazione *Les Amis du Louvre*, associazione fondata nel 1897, che conta oggi più di 60 mila aderenti ed è il principale finanziatore privato del museo. Tra quote associative e donazioni da parte dei propri associati, la *Société* mette a disposizione del Louvre una media di circa 3 milioni di euro l'anno e le opere finora acquisite dal museo grazie agli Amici sono oltre 700.

Un ruolo proattivo da parte dei privati nella gestione museale emerge negli straordinari risultati ottenuti con il restauro, e durante il restauro, del **Museo Egizio di Torino**, tra i primi 10 musei più visitati d'Italia, che ha una natura giuridica fondazionale a cui oltre agli enti pubblici locali e al

---

92 A un mese dall'applicazione del nuovo piano tariffario e dei nuovi orari (luglio 2014) la crescita del numero assoluto dei visitatori è stata pari a +200 mila, quella degli incassi +700 mila euro e degli ingressi gratuiti +100 mila. Fonte: Il Sole 24 Ore, 03.08.2014.

Mibact partecipano le due fondazioni di origine bancaria cittadine, una delle quali, la **Compagnia di San Paolo**, ha coperto la metà del costo complessivo di 50 milioni di euro per il riallestimento con cui il museo ha ampliato l'esposizione su 4 piani, ridisegnati dal premio oscar Dante Ferretti, uno dei maggiori scenografi cinematografici italiani. Il cantiere si è chiuso dopo oltre 1.000 giorni di lavoro, rispettando tempi e costi, e permettendo anche il contemporaneo costante mantenimento del flusso di visitatori. Con l'intento di contaminazione tra il mondo museale e l'efficienza delle pratiche di gestione più tipiche dell'ambito aziendale, sempre a Torino si è svolta la prima edizione di Amiex, l'**Art & Museum International Exhibition Exchange**, un borsa internazionale delle mostre che ha raccolto 1.000 operatori provenienti da diversi Paesi, che si sono scambiati idee e informazioni in oltre 850 incontri one-to-one, per i quali ogni partecipante ha avuto a disposizione un tavolino e 3 sedie per la durata della manifestazione, 20 incontri one-to-many in una sala da 50 posti, e decine di incontri informali, seguendo una formula snella e veloce che ha convinto gli operatori perché permette di non perdere tempo e di non spendere troppo in stand e sovrastrutture.

Il tema del sostegno allo sviluppo del sistema museale nazionale va comunque oggi contestualizzato nella recente **riorganizzazione del Mibact** che, tra le altre linee di azione, ha introdotto una maggiore autonomia per i musei, finora grandemente limitati nelle loro potenzialità, poiché considerati semplicemente uffici della Soprintendenza. Si sono così creati **20 musei dotati di autonomia speciale**<sup>93</sup>, con propri statuti, bilanci, consigli di amministrazione e comitati scientifici, e per i quali il direttore viene scelto con una selezione pubblica internazionale, quindi anche esternamente alla pubblica amministrazione e al Paese (aspetti, questi, che inizialmente hanno sollevato non pochi timori). Con la riforma è stata introdotta una ulteriore novità: **foto libere per uso personale e senza scopo di lucro**, molto apprezzata dall'**Associazione Invasioni Digitali** che ha al centro delle proprie attività l'uso delle immagini del patrimonio sui social media. Novità che ha certamente aiutato anche

---

93 Galleria Borghese, Roma; Gallerie degli Uffizi, Firenze; Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma; Gallerie dell'Accademia di Venezia; Museo di Capodimonte, Napoli; Pinacoteca di Brera, Milano; Reggia di Caserta; Galleria dell'Accademia di Firenze; Galleria Estense di Modena; Gallerie Nazionali d'arte antica di Roma; Galleria Nazionale delle Marche, Urbino; Galleria Nazionale dell'Umbria, Perugia; Museo Nazionale del Bargello, Firenze; Museo Archeologico Nazionale di Napoli; Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria; Museo Archeologico Nazionale di Taranto; Parco archeologico di Paestum; Palazzo Ducale di Mantova; Palazzo Reale di Genova.

gli organizzatori italiani della **Wiki Loves Monuments** di Wikipedia, lanciata nei Paesi Bassi nel 2010 e che oggi vede la partecipazione di 52 Paesi.

I big data aiutano anche a comprendere meglio le istituzioni culturali, come nel caso del *Museo Index: cultura e big data*, un rapporto sulla percezione dei 15 principali luoghi culturali italiani basato sull'analisi semantica delle opinioni espresse dai visitatori sui social media, realizzata in collaborazione da **Sociometrica** e **Expert System**, leader in tecnologia semantica per la gestione delle informazioni, su 89.520 valutazioni in lingua inglese. Grazie a **#MuseumWeek2015**, promossa dal Ministero per la Cultura francese, i musei mondiali sono stati protagonisti di una *Social Media Week* museale dove oltre 1.000 istituzioni culturali hanno prodotto un fitto reticolo di Tweet innescando una conversazione globale durante la quale i più attivi sono stati due enti italiani, **l'area archeologica di Massaciuccoli Romana e il Museo Archeologico Nazionale Turritano di Porto Torres**, dimostrazione che i social possono aiutare a comunicare e a promuoversi anche le istituzioni più piccole. L'uso delle nuove **tecnologie per la valorizzazione** del patrimonio **sta modificando anche il panorama delle professioni culturali**. Per esempio un valido supporto tecnologico è *CollectiveAccess*, un software open source per il patrimonio archivistico, bibliografico e museale, sviluppato dalla heritage agency piemontese **Promemoria**, che ha attratto intorno a sé una attiva community internazionale. In questa direzione va, ad esempio, il progetto "*Museal Innovation - New ERgonomic Visit Approach (MINERV@)*", realizzato dalla società ICT **@Cult** in collaborazione con il **Museo Galileo di Firenze**, uno dei maggiori musei scientifici d'Europa e il più importante a livello mondiale riguardo l'opera di Galileo, con il quale è stato realizzato un dataset secondo i principi dei Linked Open Data<sup>94</sup>. Numerosi sono i potenziali utilizzatori di questo importante dataset: dal tecnico che vuole realizzare un app sull'opera di Galileo; enti, istituti o fondazioni che desiderano creare una rete museale di rilievo o un amministratore locale interessato a metterlo in connessione ai servizi ricettivi locali che si trovano nelle vicinanze del museo. Dell'incontro tra **nuove tecnologie più sofisticate** (quali la tecnologia wearable, gli *SmartWatch*, i *Glasses*, la realtà virtuale e aumentata, i robot, i droni) e offerta museale ci sono invece solo minime tracce nel panorama italiano. Il **Museo**

---

94 Il dataset include tutte le collezioni di strumenti e macchine esposte nelle sale museali, il catalogo della biblioteca, dei materiali di archivio e delle collezioni fotografiche, la bibliografia italiana di Storia della Scienza e la Bibliografia Galileiana.

**Egizio** ha un progetto con i *Google Glass* per non udenti, alcuni progetti sono al **MUSE di Trento** e una sperimentazione degli *Art Glass* è fatta dai **Musei civici di San Gimignano**. Di questi temi si è occupato **Arteq Summit**, un'innovativa giornata di incontro e confronto tra le aziende high-tech e i musei più innovativi, organizzata all'interno della **Disruptive Week Milan** nell'aprile 2015.

Ma è anche dal diffondersi delle **nuove tecnologie applicate alla conservazione** dei beni culturali che si stanno sviluppando nuovi settori economici e nuove professioni, come nel caso dei papiri della biblioteca di Villa dei Papiri di Ercolano, che oggi possono essere letti ai raggi X (con la tomografia a contrasto di fase) srotolandoli perciò solo in maniera virtuale, per opera dell'**Istituto per la Microelettronica e Microsistemi** del CNR a Napoli. **Archeo Tech and Survey**, società di servizi tecnologici per i beni culturali, nata come spin-off dell'Università di Siena e recentemente entrata a far parte del **Polo Scientifico Tecnologico di Navacchio**, ha portato sul mercato nazionale e internazionale una serie di metodologie per l'archeologia preventiva, come la documentazione 3D di scavi archeologici tramite l'uso di droni, dimostrando che oggi per fare l'archeologo bisogna studiare principi di telerilevamento, geofisica, informatica ed elettronica.

Nella logica che vede il patrimonio culturale andare **oltre i tradizionali confini ottocenteschi** dei musei, pinacoteche, monumenti, biblioteche, siti archeologici, e chiese, per essere interpretato come un insieme di elementi che offrono la base di uno **sviluppo locale ancorato a cultura e creatività**, si possono delineare alcuni recenti orientamenti interessanti. Il bando **culturability-spazi d'innovazione sociale**, alla seconda edizione, si pone per esempio come una piattaforma aperta a progetti di innovazione culturale e sociale che ha visto la partecipazione di quasi 1.000 proposte. Un altro caso interessante è costituito dal Programma **Rinascita**, con il quale gli Uffizi, che dal 2008 hanno toccato già 17 città, arrivano a Casal di Principe, in una villa confiscata ad un boss della camorra. Tra le altre attività verrà fatta la formazione di 40 guide che accompagnino i visitatori raccontando la storia dei quadri, ma anche la terra dei fuochi, per una nuova narrazione del territorio che parli della criminalità, ma che sappia anche raccontare il paese che sta rinascendo. Similmente, nell'intento finale, è **Mappina**, progetto che arriva da Napoli con l'idea di sfruttare le tecnologie di "mapping" per una mappa collettiva costruita direttamente da tutti coloro che catturano, attraverso foto, video e testi, l'esperienza quotidiana della città viva. La cultura della narrazione urbana attraverso il collaborative mapping negli ultimi mesi è approdata anche a Milano e Roma, affinché

dall'esperienza quotidiana dei cittadini venga restituita un'immagine rinnovata della città.

Di interesse è anche il diffondersi del **network "Città Creative"**, promosso dall'Unesco, che nel dicembre 2014 ha iscritto Torino per la categoria Design. Altre **due nuove designazioni Unesco** sono state il cinquantesimo sito italiano iscritto nella Lista del patrimonio mondiale, quello dei "Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato" e quello della Lista del patrimonio immateriale "La pratica agricola tradizionale della coltivazione della vite ad alberello nell'isola di Pantelleria", che ben si integrano, tra l'altro, con i temi dell'EXPO di Milano. Tra il 2014 e il 2015 si sono svolte inoltre le celebrazioni della grande guerra, che hanno dato luogo a numerose opportunità europee di valorizzazione del patrimonio basate su accordi interregionali e transnazionali, come la realizzazione del progetto **Camaa** (Centro per le Architetture Militari dell'Alto Adriatico), che agisce per creare conoscenza sulla conservazione, il **riuso e la gestione delle architetture militari** dell'alto adriatico, e l'itinerario **Atrium** sulle architetture dei regimi totalitari in Emilia Romagna.

Anche l'**arte contemporanea** va sempre più spesso a incontrare il territorio uscendo dagli spazi convenzionali di musei e gallerie. Il progetto **Dolomiti contemporanee** è un "laboratorio d'arti visive in ambiente" in spazi inutilizzati, fabbriche e siti abbandonati che vengono destinati a residenze temporanee di artisti (più di 150 nei primi 3 anni) e che, con il supporto di aziende partner, ottengono i materiali necessari per realizzare le loro opere sul territorio dolomitico. **Paratissima** a Torino, manifestazione off di Artissima, fiera internazionale d'arte contemporanea, ha crescente successo con la formula di coinvolgere creativi locali (pittori, scultori, fotografi, illustratori, stilisti, registi, designer) emergenti o che comunque non siano parte del circuito ufficiale dell'arte, in un contesto rivolto ad una vasta platea, dove, per la prima volta nell'ultima edizione, si è aggiunta la partecipazione di alcune gallerie, soprattutto locali, che hanno proposto, come da regolamento, opere "a budget controllato". Ciò è in linea con il crescente successo di **Affordable art fair**, presente anche in Italia, a Milano, dal 2010 che propone in vendita opere solo entro 6 mila euro, con l'obbligo di esporre il prezzo, in un ambiente piacevole e rilassato che attrae artisti, curatori e pubblici locali interessati a una dimensione alternativa del mercato dell'arte. Sono casi in cui l'arte incontra il **capitale sociale del luogo**, il vero valore, in definitiva, che può e deve nascere dal patrimonio storico-artistico.

Ma se l'arte esce dai suoi spazi più convenzionali per andare ad incontrare i suoi pubblici già da alcuni anni, la nuova tendenza è quella di includere gli utenti anche nel processo a monte. È per questo che