

# LA FRUIBILITÀ IN RETE DEL PATRIMONIO CULTURALE: UN'ANALISI PER IL FUTURO

di Massimo Misiti

L'evoluzione di internet nell'ultimo decennio ha favorito enormemente la possibilità di distribuire informazioni ad alto livello di digitalizzazione, come le opere d'arte o i libri richiedono. A fronte di tutto ciò, permangono ancora i problemi del limitato intervento pubblico a favore delle strutture che dovrebbero relazionarsi col mondo del web 2.0 attraverso gli standard che le tecnologie per i database e per il 3D oggi consentono e contestualmente richiedono. Viene qui presentata un'analisi sulla base di un rapporto dell'Associazione Civita.

Il navigatore esperto che alla fine degli anni novanta si fosse avvicinato ai siti web culturali (musei, istituti, biblioteche) avrebbe provato molta delusione. I siti web dei musei non potevano che apparire, per la maggior parte, desueti. Rispetto ad alcune esperienze europee la ricerca sui cataloghi delle biblioteche italiane era pressochè inesistente, tranne qualche rara eccezione, mentre in Francia già si avviava il progetto *Gallica* che, nel 2000, contava 35.000 volumi digitalizzati (oggi ne conta quasi un milione). La multimedialità era pressochè assente. Prenotare visite, effettuare acquisti di gadget e altri servizi non era possibile. Perfino i contenuti erano poco curati. Quando nel 1998 Civita partecipò al progetto Parnaso con una indagine denominata MARS (Musei Attraverso una Rete Strutturata), una prima ricognizione sullo stato della presenza delle ITC nel settore museale indicava che il 72,5% non disponeva di un collegamento Internet.

Oggi i beni culturali sembrano aver finalmente incontrato il mondo delle tecnologie e scoperto le immense possibilità che esse offrono. Non solo, ma il salto di qualità è andato nella direzione giusta, ossia quello della massima utilizzazione del web, nel riconoscimento che è nella rete che si gioca il vero confronto strategico. Il 51,9% dei musei ha oggi una presenza su internet con un proprio dominio (17,25%) o mediante la presenza su un sito dell'amministrazione che ne ha la titolarità.

## TECNOLOGIE DI PUNTA PER LA FRUIZIONE

Le tecnologie e la cultura si incontrano in molteplici campi. Il settore del restauro, ad esempio, utilizza non solo le tecnologie informatiche, ma anche quelle chimiche e fisiche, dalla spettroscopia all'impiego dei laser per la pulizia delle superfici lapidee, dall'elettrocibernetica, alle scansioni elettroniche. Qui si considereranno, in particolare, tutte quelle applicazioni che hanno attinenza con il mondo della rete e che sono legate ad alcune delle funzioni che deve affrontare chi opera nel settore dei Beni Culturali: quelle

della conservazione e della fruizione del patrimonio. Questi due elementi sono vissuti come due elementi contraddittori e spesso contrapposti. L'esigenza di preservare la memoria storica per le future generazioni spinge a limitare l'accesso al patrimonio culturale sia esso artistico, librario, scientifico. L'unicità dell'oggetto rappresenta uno scoglio insormontabile per il fruitore. Un manoscritto, un incunabolo, una cinquecentina, rappresentano un unicum che va difeso e salvaguardato. Ma questo vale anche per un'opera d'arte, per un dipinto, una tavola, una miniatura. In effetti, un bene culturale ogni volta che è fruito, è sottoposto allo stress della consultazione, della visita, dell'esposizione. Uno stress che si manifesta in molteplici forme: dallo spostamento da un ambiente all'altro, con le variazioni microclimatiche che questo comporta, al contatto fisico, che trasferisce sul documento elementi che possono alterarne l'equilibrio batteriologico o fisico-chimico. Un problema chiaro a chi opera nelle biblioteche, negli archivi o nei musei, al quale si è ovviato con la microfilmatura o con le *microfiches*, o con la fotografia analogica, tecnologie che oggi sembrano lontane da noi migliaia di anni luce.

La digitalizzazione dei documenti ha radicalmente modificato l'accesso ai medesimi perché ha rimosso un elemento fondamentale che ostacola la fruizione, quello spaziale, la distanza tra l'utente e l'oggetto. Oggi la combinazione tra digitalizzazione e compressione da una parte, e impiego della banda larga dall'altra, fa sì che l'accesso ai documenti avvenga in maniera rapida e che la consultazione dei medesimi richieda pochi secondi.

La *Bibliothèque Nationale de France* alla fine degli anni novanta ha avviato il progetto *Gallica* che, a ragione, può essere considerato il primo e più importante esempio di biblioteca digitale fruibile in rete. In Italia, nel 2001, nell'ambito della III Conferenza Nazionale delle Biblioteche, la Direzione Generale per i Beni Librari e gli Istituti Culturali (DGBLIO) del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, ha dato il via al progetto denominato "Biblioteca Digitale Italiana" (BDI).



Figura 1 - Libro di dominio pubblico scaricabile in pdf.

Altre biblioteche pubbliche e di istituzioni culturali hanno avviato i loro progetti di digitalizzazione convergendo poi nei rispettivi progetti nazionali. Lo stesso processo ha interessato la Germania, la Gran Bretagna, i paesi scandinavi. Un anno fa ha preso il via *Europeana*, la biblioteca digitale europea, un'organizzazione a rete basata su un portale internet per l'accesso comune e multilingue al patrimonio culturale digitale europeo. Oggi consente l'accesso a circa 4 milioni di oggetti digitali: immagini, dipinti, disegni, mappe, foto, testi, video, suoni posseduti da importanti musei, gallerie, archivi, biblioteche e istituti, tra i quali, in Italia, l'ICCD, La Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, l'Istituto e Museo di Storia della Scienza. Il progetto Europeana ha assunto come prospettiva quella dell'utente sia in termini di multilinguismo che di usabilità.

Anche le grandi imprese che operano nel web hanno avviato progetti specifici. Tra queste vale la pena di considerare il progetto *Google Books Search* che prevede sia l'opera di indicizzazione che di digitalizzazione del testo rendendo possibili ai milioni di utenti di internet di poter accedere ad un libro partendo dal contenuto e questo indipendentemente dal periodo di stampa. Tra l'altro il sistema consente di accedere al volume nel totale rispetto delle regole sui diritti d'autore vigenti in ciascuno stato, partendo dal riconoscimento della provenienza dell'utente (figura 1).

**IL WEB 2.0 PER UNA NUOVA COMUNICAZIONE MUSEALE**

Lo sviluppo del web - sviluppo che si traduce nella moltiplicazione per otto del numero degli *host* in soli nove anni, passando dai poco più di 72 milioni agli oltre 540 milioni - è un fenomeno generalizzato, conseguenza di un insieme di fattori. L'elemento principe è rappresentato dalla crescita della rapidità di trasmissione delle informazioni con la banda larga.

La ricerca su web e musei condotta dal Centro Studi di Civita, pubblicata nel Rapporto Civita "Web e Musei: la cultura nella rete", ha affrontato questo tema evidenziando i tratti

fondamentali dei siti dei musei italiani: prevale la cura dei contenuti, con una attenzione particolare alla presentazione delle opere e dei reperti conservati nei musei (descrizione, informazioni storiche, etc.), oltre ad una descrizione curata degli edifici che li ospitano.

Molto spesso, però, l'approccio ai contenuti è analogo a quello che si avrebbe nella predisposizione di un catalogo o di un testo su supporto cartaceo. La costruzione di relazioni tra gli oggetti, gli autori, la collocazione nel tempo e sul territorio non sono mai sviluppate con tutte le potenzialità offerte dalle tecnologie. In sostanza, si cerca di virtualizzare il museo, più che utilizzare le tecnologie per proporre una contestualizzazione nel tempo e nello spazio degli oggetti, che mostri, ad esempio, la documentazione sulla tecnica di esecuzione o sui lavori di restauro, eventuali ricostruzioni in 3D di realtà ormai non più visibili. Un approccio che modifichi il modo stesso di avvicinarsi alla cultura, che solleciti la crescita di curiosità e conoscenza. Un altro elemento di fragilità è rappresentato dal multilinguismo che, tranne qualche rarissima eccezione, non è proposto nei siti museali, talvolta persino in siti di musei di fama internazionale. La mancata traduzione dei siti è, fra l'altro, uno degli handicap maggiori rispetto alla capacità di offrire servizi al turista che programma la sua visita. L'impressione che si riporta è che il sito web di un museo non faccia altro che rispecchiare il modo di comunicare che il museo ha deciso di assumere e il suo modo di intendere il rapporto con il visitatore, il pubblico, la comunità. Tanto più un museo è "noioso" tanto più lo sarà il suo sito; tanto più il museo sarà chiuso rispetto alla comunità in cui si trova, non raccontando ciò che fa, i suoi programmi, i suoi obiettivi, meno il sito sarà aperto a questi temi. Tanto più il visitatore sarà visto come il destinatario passivo di un messaggio, tanto più il sito non si preoccuperà di costruire un rapporto di interazione con il suo pubblico. Un approccio che contraddice nettamente le nuove filosofie web - quelle, per intenderci, che sono riconducibili al web 2.0; è un'evoluzione che mette in campo, secondo la definizione di Tom O'Really, «un insieme di applicazioni che permettono agli utenti di creare e condividere contributi on line attraverso numerosi strumenti».

La nuova forma di internet è proprio caratterizzata dalla possibilità per gli utenti di interagire e rendere disponibili contenuti e conoscenza attraverso la rete. Il web 2.0 non è però solo una tecnologia, ma si propone come un insieme di strumenti per interagire nella rete: esso comporta una nuova filosofia della comunicazione e della conoscenza, un'idea del valore dello spirito di gruppo e della cooperazione. Eppure non mancano punte di eccellenza: ne sono esempi validissimi il sito della Galleria degli Uffizi, del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnica Leonardo da Vinci o quello dell'Istituto e Museo di Storia della Scienza (figura 2 e 3).



Figura 2 (a sinistra) - Home page del museo nazionale della scienza e della tecnologia Leonardo Da Vinci - www.museoscienza.org (aprile 2008).

Figura 3 (a destra) - La home page del sito del Polo Museale Fiorentino all'interno del quale si trova il sito degli Uffizi.

Nel rapporto Civita, l'indagine condotta sulla domanda ha evidenziato come il 34% degli italiani utilizzi Internet per visitare siti di musei.

La composizione di questo pubblico è analizzata nei grafici delle figure 4 e 5.

### CONSERVARE LA MEMORIA NEL NOSTRO FUTURO DIGITALE

Il giudizio del pubblico è sostanzialmente positivo, ma esistono delle aspettative importanti che riguardano la quantità e qualità delle informazioni, l'usabilità e, soprattutto,

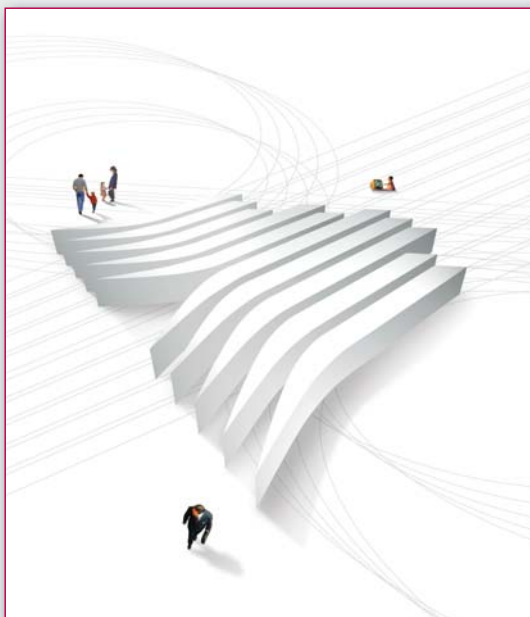
una maggiore interattività: lo chiede il 66,5% del totale degli intervistati e di questi il 70,1% di quelli tra i 15 e i 19 anni e oltre l'81,1% di quelli tra i 20 e i 24 anni. I siti dei musei non si relazionano adeguatamente ai loro visitatori. Strumenti come i blog, le raccolte personali, la condivisione di informazioni tra utenti non vengono messi a disposizione del pubblico e oggi sappiamo che questi sono gli strumenti in grado di rendere ai giovani più appetibile il web. Tutto questo è ancora molto lontano dal mondo dei musei italiani.

## IL GRUPPO CIVITA

Il Gruppo Civita è oggi tra le più importanti realtà private nel settore dei servizi culturali, impegnata sia a livello nazionale che internazionale. La sua missione è da sempre la tutela e la valorizzazione del nostro patrimonio culturale e ambientale, finalità che persegue attraverso le strutture da cui è costituito: l'Associazione Civita e Civita Servizi ognuna delle quali con una propria specializzazione e funzionalità operativa. Questa configurazione organizzativa attribuisce al Gruppo Civita una capacità di intervento a tutto campo nel settore, dalle attività espositive alla gestione dei servizi museali, dalla promozione culturale al marketing territoriale.

L'Associazione Civita è un'organizzazione non profit che nasce con l'intento di creare un nuovo spazio di dialogo tra pubblico e privato nel settore della cultura e dell'ambiente, coniugando la valorizzazione del patrimonio con le potenzialità di sviluppo, anche economico, del settore.

Fondata nel 1987 da un gruppo di imprese, enti pubblici di ricerca e università, per far fronte al degrado di Civita di Bagnoregio, antico borgo dell'Alto Lazio, l'Associazione ha superato i confini locali e ampliato i propri spazi di azione nel corso degli anni. Forte del sostegno di circa 180 aziende associate e impegnata nella "promozione della cultura" attraverso ricerche, convegni, pubblicazioni e progetti, l'Associazione ha stimolato e partecipato alla nascita di nuovi soggetti imprenditoriali che oggi costituiscono quello che si può definire il "Gruppo Civita", con capacità di intervento a tutto campo nel settore. Il Centro Studi e Ricerche "Gianfranco Imperatori", traendo impulso da un Comitato Scientifico composto da autorevoli personalità del mondo istituzionale e culturale, accompagna con riflessione critica i principali avvenimenti del settore e indaga i temi del rapporto fra impresa e cultura, valorizzazione dei beni culturali e turismo, nuove tecnologie e Beni Culturali. Per assicurare la condivisione delle riflessioni sui temi dell'economia e della cultura e per diffondere i risultati del suo lavoro di ricerca, l'Associazione si avvale anche di diversi strumenti editoriali: oltre al Rapporto Civita, indagine annuale realizzata in collaborazione con autorevoli esperti del settore, "Il Giornale di Civita", il quadrimestrale in edicola con il "Il Giornale dell'Arte", e numerose altre pubblicazioni.



Civita Servizi Srl nasce nel 1999, per cogliere le nuove opportunità di intervento da parte di soggetti imprenditoriali nel settore dei Beni Culturali, con l'obiettivo di creare un "operatore globale" in grado di fornire un'offerta integrata di servizi in quattro aree di intervento: servizi museali, eventi culturali ed espositivi, progetti di valorizzazione territoriale e iniziative di promozione e comunicazione, eventi aziendali e congressi. Nel corso di questi anni la società ha maturato un'esperienza in ambito organizzativo, gestionale e promozionale che la colloca oggi in una posizione di leadership, anche in virtù di una capacità organizzativa articolata su tutto il territorio nazionale dove ha saputo consolidare con successo rapporti con le più significative realtà istituzionali. Oggi Civita Servizi può contare sulle sedi operative di Roma, Milano e Napoli e sulle società regionali Civita tre Venezie e Civita Sicilia, che operano in precisi ambiti territoriali come il Triveneto e la Sicilia. Sempre in quest'ottica si inquadrano l'operazione di integrazione societaria con il Gruppo Abete - che consente di rafforzare, attraverso la partecipata Gebart, la presenza nel Lazio e nelle Marche - e la recente acquisizione della maggioranza del capitale di Opera Laboratori Fiorentini, che diventa una delle società controllate da Civita Servizi e garantisce la presenza di Civita in Toscana.

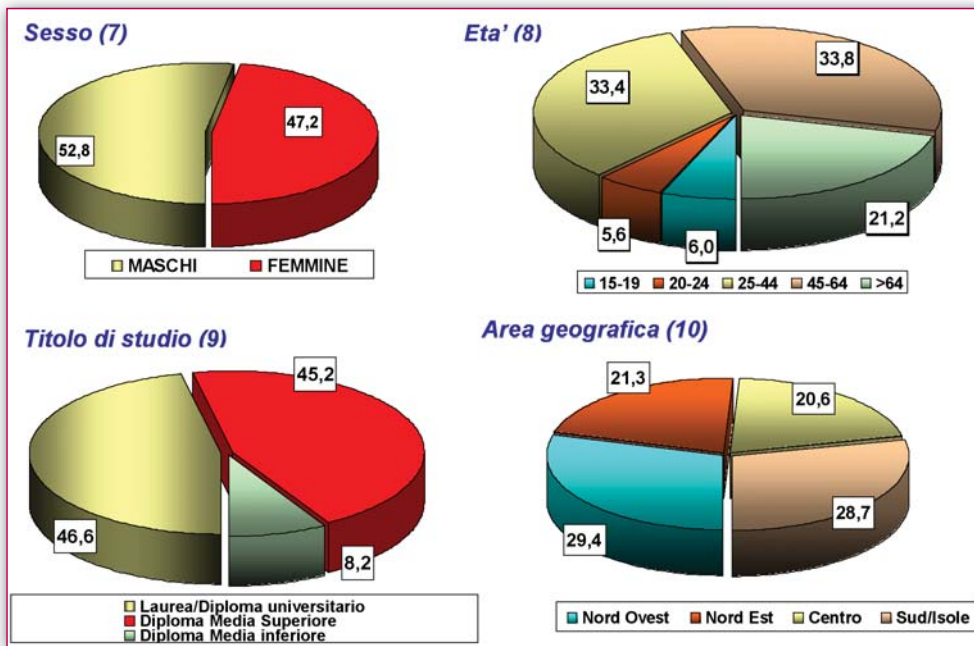


Figura 4 - Caratteristiche socio-demografiche del pubblico web dei musei.

Sarebbe invece auspicabile che venissero avviate delle sperimentazioni in questa direzione. Per farlo occorrono risorse e questo è uno dei punti dolenti del tema web e musei. In Italia si investe poco o nulla in questo settore a prevalente carattere pubblico. Eppure ci sono competenze, come testimonia la straordinaria esperienza del Museo Virtua-

interessano per la maggior parte beni di proprietà pubblica ha posto il problema della loro conservazione. Il tema della fragilità delle memorie digitali è un punto essenziale per tutto ciò che viene prodotto in questo formato e, tanto più, nel campo dei beni culturali. Da questo punto di vista i progetti che mettono insieme le competenze e le risorse utili a definire le migliori procedure assumono un valore fondamentale non solo per i Beni Culturali, ma per la stessa rete. Se il futuro sarà digitale, il tema della conservazione dei contenuti prodotti non è una questione di poco conto. Garantire la memoria della propria storia è una conquista relativamente recente della storia dell'umanità. Non affrontarlo per ciò che produciamo in formato elettronico ci spingerebbe indietro di qualche centinaio di anni.

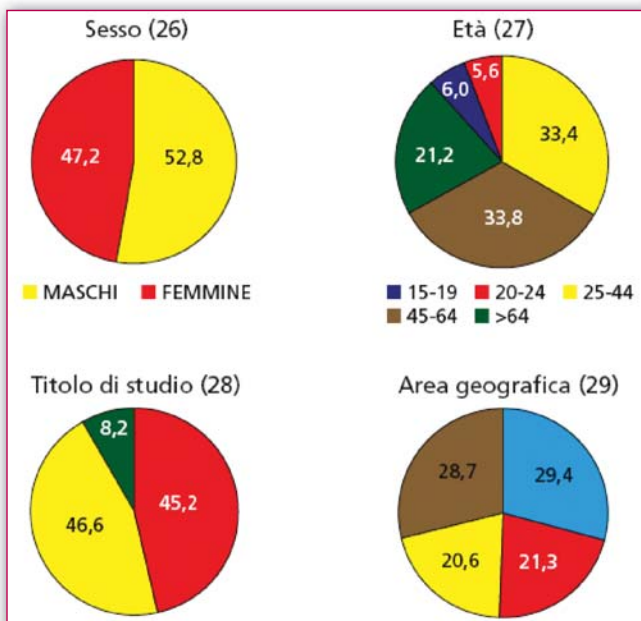


Figura 5 - Composizione socio-demografica e provenienza dei visitatori virtuali (Fonte: Indagine Centro Studi Associazione Civita - Unicab).

le di Baghdad, che consente di vedere in internet i tesori dell'Iraqi National Museum di Baghdad - saccheggiati e danneggiati, quando non distrutti, nel 2003 durante la prima fase della guerra in Iraq; questo grazie al lavoro del CNR, che con un progetto tutto italiano di ricostruzione informatica, «restituirà all'umanità uno dei patrimoni culturali e archeologici più importanti al mondo».

Da una collaborazione tra IBM e governo cinese è nato invece il progetto "Oltre lo spazio e il tempo" (*Beyond Space and Time*) che rende oggi disponibile per il pubblico uno spazio virtuale 3D che riproduce fedelmente l'intera Città Proibita: circa 72 ettari che comprendono centinaia di palazzi e monumenti. La crescita del web, dei processi di digitalizzazione che

#### ABSTRACT

*Cultural Heritage internet usability: an analysis for the future*  
 Internet's evolution in the last decade massively promoted the distribution of digitised informations, the same dynamic that artefacts or ancient books need to be known and exploited worldwide. The analysis featured in this paper, carried out by Associazione Civita, shows the problems caused by the limited public intervention dedicated to the structures that should interface with the web 2.0 world through standards and technologies for databases and 3D.

#### AUTORE

MASSIMO MISITI  
 M.MISITI@CIVITA.IT  
 CENTRO STUDI GIANFRANCO IMPERATORI  
 ASSOCIAZIONE CIVITA