

I musei virtuali nuova 'chance' per lo sviluppo dei beni culturali

La tecnologia è utile sia per consentire a tutti di vedere patrimoni lontani che per aumentare le conoscenze su un autore o un'opera

SILVIA DELL'ORSO

silvia dell'orso

Da tempo Francesco Antinucci va ragionando sulle potenzialità delle tecnologie digitali applicate alla comprensione delle opere d'arte. Direttore di ricerca all'Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del Cnr, il professor Antinucci ci aveva già spiegato parecchio nel suo libro *Comunicare nel museo*, pubblicato da Laterza nel 2004. Ed è dello stesso editore questo nuovo pamphlet che fin dal titolo, *Musei virtuali*, chiarisce come l'autore, lungi dall'essersi perso d'animo, riprenda le fila di un discorso mai abbandonato. Perché, si chiede Antinucci, l'Italia ha perso l'opportunità di far capire meglio gli oggetti che costituiscono il patrimonio culturale, così ostico da comunicare? Fatto tanto più inspiegabile se si pensa che «i beni culturali hanno assunto, complice la vorticoso e inarrestabile crescita del turismo, un'importanza centrale nelle strategie politicomanageriali di un paese come l'Italia».

La tecnologia, mentre in Italia si cingeva, «non solo ha mantenuto le promesse, ma è andata oltre persino le più ottimistiche previsioni». Non è difficile al professore spiegare come e lo fa ricorrendo a una sua vecchia conoscenza: la ricostruzione virtuale della tomba di Nefertari, presentata in una mostra a Roma nel '94, visitatissima. «Il computer sul quale 'girava' Nefertari, il Silicon Graphics Onyx Reality Engine – spiega Antinucci – aveva una velocità del processore di 150 Mhz, una RAM di 256Mb, un hard disk da 2 Gigabyte e costava, con il software di sviluppo, l'equivalente di circa 1 milione di euro. Il piccolo portatile su cui sto scrivendo ha un processore da 2400 Mhz, una RAM di 1024Mb, un hard disk da 60 Gigabyte, e costa circa 1000 euro». Antinucci s'interroga su come colmare le lacune di comprensione che separano le opere d'arte dal mondo reale, alla base della sostanziale diserzione di musei e luoghi d'arte. A fronte di un oggettivo trend di crescita dei visitatori nei musei statali, passati da 25 milioni a circa 33 nel decennio 1996-2005, resta il fatto che «pochi musei hanno tanti visitatori e moltissimi musei non ne hanno quasi nessuno». La Galleria Borghese ha più del triplo dei visitatori (440mila) di Palazzo Barberini (87mila), Galleria Spada (27mila) e Palazzo Venezia (22mila) messi assieme, che certo non posseggono collezioni da poco. Merito del brand name, osserva Antinucci, quello che induce 2.244.000 visitatori a scegliere Pompei invece dell'altrettanto se non più suggestiva Ercolano che registra un numero di presenze (264mila) 9 volte inferiore. Da uno studio condotto sui Musei Vaticani, tra i più visitati al mondo (oltre 3 milioni e mezzo), risulta che anche di una visita appena effettuata si memorizza ben poco, neppure le due sale di Raffaello e Caravaggio: "Di 190 intervistati all'uscita, 131 (il 69%) ha risposto di ricordarle e 59 (31%) no. E ancora, il 50% del campione non ricorda nulla dei soggetti visti, il 18% ne ricorda almeno uno correttamente, e il 32% ricorda soggetti che non ha visto.

Antinucci cerca di porsi criticamente il problema di organizzare i musei per un pubblico di gente comune, mediamente incuriosita, e non di studiosi già autonomamente motivati. Ecco perché insiste sul gap tra la frequentazione dei musei e la comprensione delle opere in essi contenute e, dunque, sulla necessità inderogabile di individuare codici di lettura che non richiedano di alternare continuamente la modalità di processing cognitivo tra testo scritto e immagine. I rimedi non mancano, e l'autore ne indica alcuni. Non senza mettere in guardia dai rischi di una non sufficientemente meditata e molto costosa technology driven, ossia ricerca guidata, nel settore, in questo caso, dei beni culturali.