

Cultura e innovazione

di Maria Grazia Mattei

«Un modello che ha per obiettivo unicamente immagazzinare e conservare il patrimonio culturale, facendolo vivere solo attraverso alcuni punti d'accesso molto limitati, è ormai insufficiente: un patrimonio culturale vive o muore solo nella misura in cui viene animato da una comunità di persone.

Un corollario è che per quanto il digitale sia uno strumento portentoso e affascinante, in fin dei conti la sua importanza riguarda principalmente il mondo analogico, ovvero la possibile trasformazione del mondo in cui viviamo.»

Il concetto di *digital humanities*, al centro dell'intervento tenuto da Jeffrey Schnapp durante un Meet the Media Guru in trasferta a Pisa, segna una svolta radicale per tutti coloro che lavorano in campo culturale. Una svolta formativa e progettuale al tempo stesso, fondata sulla considerazione che, soprattutto a opera della diffusione della Rete, un profondo

cambiamento è in atto nella società e negli individui che, da «cittadini digitali» sempre più interconnessi, richiedono più conoscenza, partecipazione, coinvolgimento e interazione.

Non c'è settore della vita professionale che non sia stato modificato dall'impatto delle nuove tecnologie digitali. Nel corso degli anni è stata la volta dell'industria della comunicazione, del cinema, del design e dell'architettura. In poco meno di mezzo secolo si sono trasformati i classici media, dalla radio alla televisione, all'editoria e sono cambiate anche le regole della comunicazione e del marketing. Internet non ha fatto altro che accentuare i nuovi paradigmi sociali, economici e culturali.

Il fenomeno è sotto gli occhi di tutti e si chiama *rivoluzione digitale*. Internet è l'ultimo atto evolutivo: è lo specchio della nostra società, come è stato più volte sottolineato da guru come Zygmunt Bauman¹ o Edgar Morin² e ora anche da Schnapp.

Come può la cultura rimanere assente da tutto questo?

In termini di produzione di contenuti, la ricerca di nuovi linguaggi espressivi digitali ha prodotto da tempo un'evoluzione sia tecnologica sia estetica. Immagini sintetiche tridimensionali, installazioni e opere interattive, suoni e musica immersivi, opere multimediali o virtuali: si è affermata insomma una produzione di contenuti – originali a partire dal-

la loro forma – che si diffondono in Rete e vengono esibiti anche nei musei d'arte contemporanea più noti, come il Moma a New York, o nei nuovi centri per l'arte, come lo ZKM a Karlsruhe in Germania. Centri nati un po' ovunque per raccontare non tanto la cultura che conosciamo, ma «quella che ancora deve venire»: le tendenze, il futuro, le evoluzioni prossime dell'arte, del digitale, delle tecnologie. In forma di «spazio di flusso» o di «flusso di spazi» in cui persone, idee, associazioni, gruppi lavorano, interagiscono e producono innovazione.

Il grande cambiamento in atto coinvolge oggi soprattutto le istituzioni: musei, biblioteche, enti e gallerie, tutto il sistema culturale deve prendere diversamente in considerazione il rapporto con il proprio pubblico, deve trovare il modo di sintonizzarsi sulle nuove esigenze di fruizione e di partecipazione e deve saper valorizzare il proprio patrimonio, diffonderlo e persino arricchirlo con contenuti nuovi prodotti secondo regole diverse.

La sfida principale di un'efficace politica culturale nell'era digitale è quella di aprirsi all'innovazione per garantire prima di tutto un maggiore accesso all'informazione, permettendo anche nuove forme di fruizione online del bene culturale. Ma occorre anche incentivare la partecipazione del pubblico attraverso il coinvolgimento nella produzione di contenuti culturali fisici e virtuali (all'interno

di mostre, laboratori, archivi...) che siano esperienze collettive, interattive, condivisibili.

Ecco dunque che per l'istituzione culturale è fondamentale saper individuare il profilo motivazionale del proprio pubblico. Da visitatori a utenti a partecipanti: di fronte alla trasformazione, l'istituzione deve capire le modalità alternative necessarie per attrarre pubblici difficilmente segmentabili ma uniti da interessi comuni. Esiste una letteratura fiorente a riguardo, basata su studi ed esperienze internazionali come quelle qui descritte da Schnapp: in sintesi si può dire che per i visitatori gli elementi essenziali sono il desiderio di instaurare relazioni sociali e di essere coinvolti attivamente nel processo di apprendimento.

Il progetto giapponese «Digital Archive of Japan's 2011 Disasters», di cui ci parla Schnapp, per esempio, è un progetto tipico di *public curation*, di una nuova modalità cioè in cui il pubblico è coinvolto nel dare forma a prodotti, processi di fruizione culturale, in opposizione a una curatela di tipo tradizionale.

In Italia siamo arrivati troppo stretti sulla scena digitale per poter cogliere appieno le potenzialità innovative, creative, produttive indotte dall'uso delle nuove tecnologie in ambito culturale. Per anni abbiamo affrontato l'argomento innovazione solo in termini tecnologici. Il risultato è che molte istitu-

zioni culturali sono ancora resistenti al cambiamento e l'impegno culturale per superare il divario digitale nel nostro paese è ancora troppo debole.

È ormai evidente, come sostiene anche Schnapp, che per superare il cosiddetto *cultural and digital divide* l'approccio tecnologico non è più sufficiente: lo dimostrano, per esempio, i vari interventi e finanziamenti per l'acquisto di computer destinati alle scuole e poi spesso rimasti negli armadi a invecchiare rapidamente.

Occorre puntare sull'approfondimento culturale e sulla circolazione delle idee perché da una parte possa crescere la consapevolezza intorno al valore d'uso delle nuove tecnologie e al loro impatto nella nostra vita – oltre che sullo sviluppo economico –, e dall'altra si incentivi la produzione di idee creative e innovative che rispondano alle esigenze di una società sempre più interconnessa.

Parlare di *digital humanities* come disciplina significa puntare sulla necessità di riorganizzare il sapere tenendo conto dei grandi cambiamenti in atto, con l'obiettivo di ridisegnare anche le pratiche culturali, in particolare delle istituzioni museali, e trasformare la vocazione di spazi consueti come le biblioteche in luoghi del nuovo sapere.

In campo museale Jeffrey Schnapp è capofila insieme ad altri autorevoli ricercatori, come Nina Simon, Executive Director del Santa Cruz Museum

of Art & History e autore di *The Participatory Museum*³, oppure Peter Brantley (già ospite di Meet the Media Guru nel 2011), considerato uno dei massimi studiosi della trasformazione e del destino delle biblioteche nell'era della cultura digitale.

Innovazione culturale infine significa innovazione sociale. È una piccola grande verità che è anche il filo conduttore del pensiero di Schnapp.

Una politica culturale che voglia essere innovativa – e quindi attenta ai cambiamenti sociali in atto, determinati dall'uso delle nuove tecnologie su scala internazionale – non può non tenere conto anche di un altro fenomeno in grande evoluzione: la *social innovation*, per usare la felice definizione di uno dei nostri autori, Geoff Mulgan⁴. L'espressione si riferisce a quelle pratiche di risposta a domande sociali insoddisfatte, prodotte dal basso e partecipative il cui unico scopo è quello di migliorare la nostra vita.

L'ambito d'intervento della *social innovation* è vasto e si manifesta ormai su scala internazionale. In campo culturale la parte più interessante, utile a un'amministrazione che voglia riuscire a incoraggiare processi innovativi, è quella che, sotto la denominazione di *open innovation*, sta a indicare tutte quelle pratiche che vedono singoli individui o intere community far ricorso all'uso della Rete per produrre servizi condivisi o per trovare soluzioni, anche

di tipo economico-finanziario, perché progetti o programmi si possano concretizzare.

Alla base di tutto questo, la considerazione che occorre invertire la marcia per *svecchiare*, anzi per *ravvivare* la cultura.

«La tecnologia digitale non è importante in sé e per sé», ricorda Schnapp nel suo capitoletto finale. È importante l'uso che ne facciamo. I suoi esempi sono la dimostrazione di un grande fermento e sono incoraggianti. Non si tratta dunque semplicemente di un processo tecnologico ma di una vera e propria svolta verso un nuovo umanesimo, digitale appunto. Senza l'ansia però della supremazia delle macchine nella nostra vita futura.

Note

1. Si veda in questa stessa collana Zygmunt Bauman, *La vita tra reale e virtuale*, Milano, Egea, 2014.
2. Si veda in questa stessa collana Edgar Morin, *Etica e identità umana*, Milano, Egea, 2015.
3. Si veda il sito www.participatorymuseum.org.
4. Si veda in questa stessa collana Geoff Mulgan, *Social innovation*, Milano, Egea, 2013.