

Fondazione CRC

Giornata di formazione legata al tema dell'innovazione tecnologica e digitale relativa ai beni culturali

Giovedì 2 aprile 2020

Titolo intervento:

Uno strumento creato dai visitatori per i visitatori: il progetto “Guarda! Si muove!” del Museo Luigi Mallé

Ivana Mulatero

Introduzione

Buongiorno a tutti, ai partecipanti e alla dottoressa Valentina Dania della Fondazione CRC che ringrazio per l'invito a questa giornata di formazione.

Vorrei portare l'attenzione sui percorsi e progetti che sta affrontando il Museo Civico Luigi Mallé di Dronero di cui curo il patrimonio - un piccolo museo decentrato capace però di tentare delle strade interessanti - misurandosi con l'innovazione, sia intesa come innovazione tecnologia (la digitalizzazione delle collezioni, la comunicazione su web e social), e sia declinata nella creazione di contenuti e di valori con uno specifico progetto che abbiamo chiamato “Guarda! Si muove!” del quale questo testo è un *making of*, scritto per accompagnare la proiezione di slides e per spiegare come si sta lavorando. Un insieme di problemi e idee, di fatiche e di gioie, di certezze abbandonate e acquisite, di scoperte e di dubbi, emersi in un ripensamento sul lavoro e sollecitati dal momento nel quale stiamo vivendo che ci spinge a verificare i percorsi compiuti e a prefigurare strade alternative e idee nuove.

Il contributo si sviluppa a partire da tre interrogativi:

- quali sono le scelte e le priorità di un piccolo museo rispetto alle tecnologie digitali,
- quale può essere la sua strategia digitale e tecnologica e con quali caratteristiche,
- in che contesto e con quali strumenti si trova ad operare nell'ambito delle offerte e delle proposte di innovazione tecnologica.

Al piccolo museo spesso si associa la considerazione di un museo con poco personale e poche risorse economiche per poter attivare i processi di comunicazione e di valorizzazione dei propri beni. E in effetti così è stato anche per il Museo Mallé. Dalla sua apertura, avvenuta nel giugno 1995, il museo ha avuto un sito web specifico nel maggio 2018, nel contesto di una nuova gestione affidata dall'ente proprietario, il Comune di Dronero, all'associazione Espaci Occitan che guida anche il Museo Occitano Sòn de Lenga.

Una specifica cultura di gestione per un piccolo museo

Il patrimonio del Museo Mallé riguarda uno specifico genere di beni culturali. Custodisce una collezione con dipinti, sculture, arredi, porcellane, vetri, stampe, fotografie, documenti e altro ancora, databili in un arco cronologico spaziato dalla fine del XVI secolo alla seconda metà del XX

secolo. Una raccolta alloggiata nella casa di famiglia di Luigi Mallé sita nel Comune di Dronero che dista 20 chilometri da Cuneo e un centinaio da Torino.

Dal 2016 ad oggi, anno in cui è subentrata la nuova gestione di Espaci Occitan, si sta intervenendo in un contesto in cui tutto è da reinventare, a partire dal garantire una qualità di conservazione e valorizzazione conforme agli standard museali rapportati ad un museo rappresentativo di un Piemonte “nascosto” e poco visibile. E in questo siamo stati aiutati da una convenzione con la Regione Piemonte che ci ha offerto un sostegno economico, congiuntamente al supporto del Comune di Dronero.

La partenza della nuova era, ha visto un numero di visitatori attestato sulle 350 presenze nell’anno 2016 ma nel 2017, grazie ad alcune iniziative, conferenze ed esposizioni temporanee, le presenze sono diventate 1296. Un buon passo avanti, un afflusso quadruplicato, raggiunto con il pubblico ordinario e senza la presenza delle scolaresche, perché ancora non siamo riusciti a fare dei progetti duraturi mediante protocolli con le direzioni didattiche del territorio, ma solo iniziative sporadiche che ci hanno portato a sapere, da alcune maestre di Dronero, che tra i loro alunni c’è anche chi non ha mai visitato un museo.

Ci sentiamo quindi con delle responsabilità e siamo consapevoli che il museo potrebbe offrire molto alla comunità. Ci sono delle sfide interessanti, non quelle però che inseguono una versione rimpicciolita e limitata di un grande museo, ma delle opportunità frutto di una specifica cultura di gestione attuata da un piccolo museo. La sfida di un ente culturale come il Mallé non è di crescere in dimensione, ma di crescere in considerazione con delle specifiche qualità e caratteristiche, che le sono proprie.

Due mondi divisi: il museo e la comunità

Prima di attivare un processo di trasformazione anche di natura tecnologica e digitale, è necessario imparare a conoscersi, essere consapevoli dei punti di forza e dei punti di debolezza della propria struttura.

Per il Museo Mallé questa fase ha coinciso con la nascita del progetto di rete museale “Maraman. Paesaggio culturale delle Valli Maira e Grana” che come Espaci Occitan e il suo staff composto da Teresa Totino, Donatella Rinaudo e Giorgia Ubezzi, abbiamo varato con l’intento di far lavorare insieme, su iniziative condivise e per un’immagine comune, i gestori dei piccoli musei, punti espositivi e spazi di documentazione delle due valli. A sorpresa, come dice il termine occitano *maraman*., con un giro di visite reciproche e momenti di scambio e confronto, 28 piccole realtà museali ed espositive si sono incontrate per conoscersi a vicenda e avviare un lavoro collettivo per sviluppare tutti insieme da protagonisti un’offerta culturale unitaria prima di tutto rivolta ai residenti, ma poi anche ai turisti. Grazie a ciò, sono nate occasioni che hanno reso i luoghi di conservazione, spazi per la comunità, capaci di raccontare, ma anche di ascoltare, recepire e restituire le storie e i saperi dei propri visitatori.

Mentre seguivamo questo percorso, si ragionava sul patrimonio del Mallé, in uno schema ovvio di comparazione, con differenze e similarità, ma di fatto di alterità. Le collezioni custodite nel museo, per un certo verso sono aliene, non hanno nulla a che vedere con il territorio, non sono una testimonianza di culture e tradizioni locali di una valle e di un paese come Dronero. Alle alterità con il contesto, possiamo aggiungere la tipologia della collezione, che è un *unicum* per certi versi anomalo ma finora con capacità di comunicazione e potere emozionale mai espressi. Per molto tempo, il museo e il territorio sono stati due mondi impermeabili, tanto da chiedersi: perché un museo di questo genere a Dronero? Per una ragione esclusivamente personale e affettiva, riconducibile a Luigi Mallé, che nel testamento del 1976 ha legato la casa e la sua collezione alla terra dei suoi avi, facendo un omaggio alla sua famiglia originaria di Dronero e per estensione, un dono all’intera comunità. Una comunità però non ben conscia dell’entità del dono.

Chi era Luigi Mallé

Luigi Mallé era nato a Torino nel 1920 da una famiglia della media borghesia originaria di Dronero. Il padre era avvocato delle Opere Pie San Paolo di Torino tra gli anni Dieci e Quaranta del Novecento, il nonno svolgeva l'attività di notaio nella casa di Dronero, dal 1869 al 1902, nella casa studio che poi diverrà la sede del museo.

L'importanza della casa a Dronero per Luigi Mallé ha una ragione che s'iscrive nei suoi orizzonti esistenziali. Vissuta come dimora di villeggiatura con la famiglia, poi come rifugio durante lo sfollamento a causa della guerra, e infine, ormai rimasto solo, come buen retiro, oasi di pace e di raccoglimento propizio per i suoi studi, al riparo dagli obblighi pressanti della vita di Torino negli anni frenetici della ripresa post bellica e soprattutto nei tre decenni che vanno dagli anni '50 alla metà del decennio settanta. Decenni nei quali Luigi Mallé ha svolto la sua carriera interamente nei vari ambiti dei musei civici torinesi. Cominciando nel 1947 come impiegato, per poi diventare conservatore, poi vicedirettore e infine, nel dicembre 1965, direttore a tutti gli effetti dei Musei Civici di Torino. Fino al luglio 1973, egli è stato il responsabile, l'ordinatore e il principale fautore della politica culturale dei principali musei torinesi, il Museo Civico d'Arte Antica di Palazzo Madama e la Galleria Civica d'Arte Moderna di Torino. Per entrambi gli istituti di cultura ha pubblicato i cataloghi delle raccolte, organizzato le mostre, scritto i saggi e le recensioni di arte, stabilito accordi e collaborazioni con studiosi e musei nazionali e internazionali, acquisito nuove opere per le raccolte pubbliche, visitato gli studi dei più importanti artisti della scena mondiale. Negli archivi dei Musei Civici di Torino ci sono moltissimi documenti che consentono di fare luce sulla sua figura che intreccia non solo il ruolo di direttore dei più importanti musei torinesi, ma anche il suo profilo di storico dell'arte. Va da sé che questi dati sono preziosi per capire la sua donazione, la collezione di opere accumulata per decenni, in silenzio e in segreto, e la scelta clamorosa, al termine della vita, conclusasi prematuramente all'età di 59 anni nel gennaio 1979, di donare il suo patrimonio, le opere e l'abitazione di famiglia, al Comune di Dronero con l'unica clausola di farne un museo a suo nome. Collezione e abitazione sono dunque strettamente connesse alla figura di Luigi Mallé, colui da cui il museo prende il nome.

Venticinque anni di museo

Con non poche difficoltà e numerosi sforzi dell'amministrazione comunale, Il Museo Mallé nei suoi venticinque anni di vita ha attraversato alterne fortune, molto positive con la guida di Milly Chegai affiancata dal 2000 dalla gestione di Marcovaldo che ne ha fatto un polo di cultura dell'area cuneese con mostre come le monografiche di De Pisis e di Sironi capaci di attrarre settemila visitatori nell'anno 2001. Un notevole coinvolgimento di energie e un certo investimento economico avevano prodotto ottimi risultati in termini di gradimento del pubblico. Poi, sono venuti a mancare le persone, le motivazioni e le risorse che hanno causato un lento inabissarsi del museo, fino al coma vegetativo in cui lo abbiamo trovato nel 2016: la scomparsa quasi totale di ogni attività che non fosse l'apertura al pubblico nel weekend.

E' chiaro che i 350 visitatori del 2016 erano più il frutto di un evento fortuito: persone che s'imbattevano per caso in un museo con opere piuttosto uniche: ad esempio il dipinto da cavalletto di Giambattista Crosato, presente in questa modalità solo alla Galleria Sabauda a Torino; un vaso Gallé di notevole fattura; opere di pittori dell'Ottocento piemontese che sono esposti anche alle pareti del Quirinale. Ma tutto questo non era indicato in museo, non c'erano apparati comunicativi capaci di raccontarne la storia. Nel quaderno dei visitatori, immancabilmente trovavamo commenti

lamentevoli per l'esperienza insoddisfacente della visita. Le critiche riguardavano l'assenza di un apparato didascalico e di qualsiasi supporto informativo che non fosse un vecchio foglio di sala con dati molto scarni.

Un altro dato che osservavamo era che la quasi totalità dei visitatori non era di Dronero o del territorio, ma persone provenienti da altre province, possessori di Abbonamento Musei Piemonte che erano giunte al museo per calcare delle vie insolite o che si erano trovate a villeggiare in valle. E così un altro fattore con cui fare i conti è stato quasi subito capire che il museo non esisteva più nella percezione della comunità. A nessuno pareva interessare che cosa ci fosse al piano superiore della biblioteca civica, che si trova allocata al piano terra di Casa Mallé.

Porte aperte

Il primo passo, sempre molto in punta di piedi, ha cercato di offrire una risposta alle richieste dei visitatori, superando la sacralità dell'oggetto/feticcio da contemplare in rispettoso silenzio e nel vuoto comunicativo. La nuova fase ha avuto come base l'idea di museo posto su una relazione paritaria tra oggetto museale, visitatore e luogo in cui i primi due si ritrovano.

L'obiettivo strategico è stato dunque quello di riordinare la collezione, dotarla di apparati di comunicazione e di supporto alla visita, pannelli di sala e didascalie commentate per ogni opera, e la creazione di un sito web apposito e di una pagina social. Sul sito web, i livelli comunicativi sono stati strutturati su due livelli. Il primo con un approccio storico-critico che depositi un sapere da specialisti in specifiche schede di approfondimento e un secondo livello, di più facile accesso, di carattere divulgativo, con breve didascalie per ogni opera. Ma pur avvalendosi di questi strumenti tecnologici, il museo non aveva pubblico che fisicamente fosse interessato a varcarne le porte. La sua vita doveva essere sospinta verso un aggancio con temi culturali che si trovavano espressi nel territorio attraverso altri beni, facendo leva sulle finalità indicate da Icom nella definizione di museo, tra le quali ci sono la promozione della conoscenza, del pensiero critico, della partecipazione e del benessere della comunità. Finalità importanti per il nostro piccolo museo che ci hanno guidato nel percorso di sviluppo, affrontato anche attraverso la tecnologia.

Abbiamo cominciato a delineare una strategia gestionale focalizzata sul doppio intervento: all'interno delle sale del museo - invitando le persone a un incontro, a una presentazione, a una mostra, a un ciclo di lezioni e - all'esterno, stabilendo relazioni con gli altri centri di cultura e con gli stakeholder del territorio. Ad esempio, abbiamo aperto le sale della collezione permanente al pubblico per proporre una narrazione che iniziasse dai ritratti a pastello del Settecento per poi ampliarsi per cerchi concentrici e includere un dettaglio di costume e di moda come le parrucche dei nostri ritratti con il quale abbiamo stabilito un ponte cognitivo e culturale con il Museo dei Pels di Elva. Un'altra opera del museo, la scena di un pittore fiammingo in cui un viandante percorre una montagna, ha offerto un motivo più che sufficiente per allestire nella stessa sala un carretto da acciugaio e con esso ripercorrere l'epopea di questo mestiere che ha plasmato la tradizione della Valle Maira in una relazione produttiva con il Museo dei Mestieri Itineranti di Celle Macra.

Per un evento agganciato all'International Museum Day promosso da Icom, abbiamo tratto dai depositi un oggetto museale mai esposto, due zanne d'elefante, per farle interpretare e commentare da alcuni ragazzi migranti provenienti dal Senegal e dalla Costa d'Avorio, ragazzi richiedenti asilo, ospiti di una comunità di Dronero.

Le esigenze di valorizzazione di un museo decentrato, tra punti di forza e di debolezza

La comunità, le sue tradizioni stratificate e le competenze in essa racchiuse, sono il punto di partenza e di arrivo della programmazione culturale del museo, impegnata a recuperare quel gap di allontanamento dal contesto in cui si trova inserito, per rispondere ai bisogni delle persone e ritornare ad essere un centro vivo in cui i droneresi e non solo, lo percepiscano come un bene da proteggere e da valorizzare, trovino in esso un soddisfacimento di cultura, di autorappresentazione di sé, di relazione e di confronto con gli altri.

Nel 2019 ci sono stati 911 visitatori, a cui però possiamo aggiungere la media mensile dei 300 utenti del sito web e i 617 follower della pagina social. Non sono certamente dei grandi numeri, ma rispecchiano un'offerta culturale dimensionata su un'apertura di soli due giorni, nei pomeriggi di sabato e domenica, per un totale di otto ore alla settimana. Il web ha rivoluzionato le tecniche di comunicazione e il modo in cui i pubblici s'informano e acquisiscono conoscenze dalle loro esperienze, toccando al cuore di una delle principali funzioni della missione dei musei, ossia quella di trasmettere e comunicare il patrimonio culturale di cui sono custodi. I social media stanno rappresentando per il museo, ora come non mai, il solo ambito di opportunità nell'interazione con i pubblici per perseguire strategie che rientrano nello spettro definitorio di audience development ed engagement.

E' chiaro che sono uno strumento con il quale diffondere una conoscenza, basilare ma fondamentale, suscitare curiosità e incoraggiare il potenziale pubblico, non solo i visitatori che si trovano al Mallé per la prima volta, ma una porzione di persone che non mancano di mostrare il proprio affetto e il proprio legame con il museo ogni qualvolta gliene si offre l'occasione.

Una identità su misura

Nel percorso fino a qui illustrato, ho messo in luce i punti di forza e di debolezza e tra questi ultimi senza dubbio, vi è l'assenza di una campagna pubblicitaria e comunicativa strutturata e coordinata che supporti e inserisca il museo tra realtà culturali simili, che aiuti a creare nessi con il territorio e con un pubblico più ampio. Nella consapevolezza ulteriore che il museo non è architettonicamente uno spazio per grandi numeri di afflusso. Il contenitore nel quale è inserito, una vecchia casa di paese con le sale che erano state in origine camere da letto e soggiorni, non consente di ricevere, per ragioni di sicurezza, le grandi folle. E' un limite, che ad alcuni ha fatto pensare se non fosse meglio spostare la collezione in un'altra sede più adeguata e in un contesto cittadino più grande. Ma, al di là del non venire meno alle richieste del suo donatore, e dell'eventuale opportunità di dispiegare il potenziale del museo, in termini di opere e di spazio, al momento ancora sottovalutato e sottostimato, un ripensamento credo sia doveroso dopo venticinque anni.

Il Museo Mallé può, anzi deve, ritagliarsi su misura una identità riconoscibile nel contesto museale, facendo leva su emozioni ed esperienze di visita uniche. Uniche perché dettate dalla sua essenza. Come scrive Orhan Pamuk: "...è la collezione stessa a determinare l'essenza, l'anima, di ciò che si percepisce visitandola". E ancora: "I musei sono fatti non per essere visitati, ma per essere sentiti e vissuti...".

La raccolta di oggetti tratti dalla vita di Luigi Mallé, gli uni e l'altro quasi scomparsi dal senso comune, diventa il punto di forza e il perno di una ricerca di una diversa dimensione di valore. Un museo che sappia custodire la raccolta raccontandola ai visitatori di oggi, anche con gli strumenti tecnologici. Il racconto diventa un elemento essenziale quanto la conservazione del patrimonio e la comunicazione, per far vivere il passato nel presente.

Le opportunità offerte dal bando “Musei da Vivere 2018” indetto dalla Fondazione CRC

Il cuore vero del museo è la collezione di opere acquisita da Luigi Mallé e donata alla comunità. Una collezione che non annovera l'artista di grido o un capolavoro dell'arte, come del resto la quasi totalità dei quattromila musei della penisola, ma che è tuttavia unica per essere un concentrato di scelte e di gusto di uno storico dell'arte e direttore di museo. Noi sappiamo che le opere non parlano da sole, se non agli specialisti. Luigi Mallé era uno specialista e lo dimostra la sua collezione che allinea delle opere che sono testimonianze degli stili di varie epoche e culture. Sono il frutto del sapere di uno storico dell'arte, di un membro d'onore della società storica e archeologica di Limousin, di un esperto di arazzerie fiamminghe e oreficerie del '400, e di molto altro. Gli oggetti da lui raccolti sono di difficile interpretazione, proprio perché non sono immediatamente riconducibili alla storia dell'arte più conosciuta e non possono far leva sulla notorietà e sull'apprezzamento a priori che aiuti il pubblico a farlo sentire a suo agio. A partire da questa considerazione e dalla necessità di rendere più comunicative le opere di autori minori ma non meno interessanti, si è pensato alle tecnologie digitali come una risorsa per sollecitare le curiosità e mediare una conoscenza della collezione e di colui che l'ha creata.

La rinascita del museo ha portato con sé un bisogno della comunità: quello di recuperare un legame significativo con la figura di Luigi Mallé, il personaggio schivo e molto riservato che trascorrevva i soggiorni a Dronero chiuso nella sua casa, con pochissime relazioni sociali. E' sembrato pertanto naturale offrire un percorso di avvicinamento alle opere del museo in relazione alle scelte del suo creatore, proponendo nell'anno 2017/2018 un ciclo di incontri inserito all'interno del programma “Acculturiamoci” promosso dal Comune di Dronero, per imbastire una relazione con il pubblico, a cadenza mensile per un intero anno. Il programma ha suscitato interesse nella comunità, soprattutto tra gli over 65, dunque un pubblico adulto, con molto tempo libero, e con discreta attenzione e interesse ai fatti culturali e soprattutto molto motivato a intraprendere un percorso di conoscenza e di condivisione del museo in compagnia della curatrice e dei vari ospiti. A conclusione del percorso è stata somministrata una scheda di valutazione ai partecipanti che ha permesso di raccogliere i bisogni specifici verso il museo. Ed è emersa una domanda di maggiore approfondimenti dei temi culturali e artistici e una disponibilità di partecipazione alle attività.

Questi dati raccolti sul campo hanno trovato negli obiettivi del Bando “Musei da Vivere 2018” della Fondazione CRC una consonanza soprattutto nello scopo di rafforzare il rapporto del Museo con la comunità residente nel territorio. Lo sviluppo del progetto che si è scelto di attuare ha permesso di potenziare il museo stesso in termini di consapevolezza sul proprio ruolo.

Il progetto “Guarda! Si muove!”: uno strumento creato da visitatori per altri visitatori

E' stata per noi prioritaria la proposta suggerita dal bando “Musei da Vivere 2018” di ragionare sul target specifico su cui sviluppare le idee per calibrare su di esso le strategie progettuali. Come enunciato in precedenza, la scelta non poteva che coinvolgere il gruppo di partecipanti dei programmi offerti dal museo, ma con una variante significativa. Infatti, la presenza dei visitatori over 65 è stata pensata fin dal principio come una componente essenziale di un gruppo di coprogettazione con la finalità di realizzare un prodotto di animazione digitale, nello specifico dodici videoanimazioni per altrettante opere del museo, in grado di potenziare l'attrattività della visita alla collezione permanente. Per tale ragione si è dato il nome “Guarda! Si Muove!” al progetto.

A prima vista le tecnologie digitali e il target over 65 non sembrano andare particolarmente d'accordo, ma da studi e sondaggi del 2018 si rileva un incremento del numero di coloro che tra gli over 65 sta diventando sempre più curioso nei confronti delle nuove tecnologie, ben il 74% dei

senior italiani si dichiara interessato a conoscerle e a utilizzarle. Ma la tecnologia sta cambiando tantissimo, e ci sta cambiando. Da un sondaggio social, diramato nell'incontro organizzato da Icom Italia e Microsoft Italia nel giugno 2019, si apprende che su 60m milioni di italiani, 55 milioni sono utenti internet, 35 milioni sono utenti attivi sui social di cui 31 milioni accedono da dispositivi mobili. E' questa è una prima dimensione che è cambiato tutto, nella conversazione e nella vita delle persone, ancora prima che il Coronavirus facesse ingresso nelle nostre vite sconvolgendole. Un accesso che ha la durata di 6 ore al giorno minimo e dove l'88% di questa utenza accede tutti i giorni. Questo è veramente un paesaggio culturale in cui siamo totalmente immersi. E questo ci fa considerare una cosa: i visitatori dei musei sono delle persone che vanno curate non solo all'interno delle mura del museo ma probabilmente anche prima e anche dopo la visita.

I musei sono organismi complessi e sono alimentati da persone, oggetti, eventi, parole, voci e gesti. Le tecnologie sono gli strumenti che connettono questi organismi e sono mutanti e mutabili, supportando il museo nella relazione con la società.

Nello specifico, il progetto "Guarda! Si muove!" mette in gioco una dozzina di opere della collezione permanente di Luigi Mallé che il gruppo di over 65 ha selezionato, cercando per ognuna di mettere in evidenza aspetti differenti: ad esempio il soggetto, la composizione, il significato, la tecnica, le scelte iconografiche, la biografia, gli echi di contenuto sul territorio.

Per ogni opera del museo, la tecnologia delle animazioni digitali assume due funzioni principali: da un lato introduce il visitatore in un rapporto diverso dal consueto *vis a vis*; dall'altro trasmette contenuti selezionati e in movimento. Le videoanimazioni sono intese quindi come uno strumento di mediazione con le opere, creato da visitatori per altri visitatori, supportato dalla tecnologia del linguaggio in movimento delle immagini.

Noi riconosciamo che il museo di oggi è chiamato a coinvolgere sempre più in maniera attiva la comunità, in cui i visitatori diventano co-creatori di contenuti culturali e non solo più fruitori. Nel gruppo, la competenza del settore multimediale e tecnologico proviene dalla professionista delle animazioni digitali, la francese Alice Gallouin titolare della Società Anima con sede a Cuneo. La società Anima in partnership con Espaci Occitan, soggetto capofila del progetto, e con i partner di progetto - Alliance Francaise di Cuneo, la Fondazione Peano e il Centro Studi Piemontese di Torino - ha pianificato una progettualità condivisa in tutte le varie fasi.

La prima call aperta al pubblico è stata lanciata nel febbraio 2019 sui canali web e social del museo. L'incontro che ne è seguito, ha visto la partecipazione di molte persone attratte non tanto dal progetto quanto dal capire cosa s'intendesse per animazione digitale. Su questo strumento c'è una confusione interpretativa che mette sullo stesso piano gli esiti delle stanze multimediali con strumenti di realtà aumentata, gli spazi immersivi, i videogiochi con altri mezzi come i video di ricerca o i progetti innovativi. Uno su tutti, sicuramente da citare anche se non è stato un nostro modello ispiratore è "The voice of Art" realizzato nel 2017 nel Museo di San Paolo in Brasile, uno dei primi esempi rilevanti in cui le opere esposte interagiscono con i visitatori, a partire da un lavoro di coprogettazione tra curatori, esperti IBM e il pubblico.

Tra i nostri potenziali interessati alla proposta "Guarda! Si muove!", c'era anche chi aveva il dubbio che il progetto si esaurisse in una virtuosistica esibizione tecnologica ad immediato "effetto wow" per poi svanire lasciando intravedere lo scarso rilievo dato alla progettazione dei contenuti. La vera misura della portata del progetto si è calibrata nel corso dei lavori, con un impegno e un coinvolgimento cadenzato e assiduo, che non tutti hanno ritenuto di poter sostenere. Il gruppo di lavoro si è, infine, assestato su 12/15 presenze costanti, facendo emergere una vera motivazione alla partecipazione e una presa di consapevolezza di quali fossero gli intenti e le finalità del lavoro.

Abbiamo pensato che nella costruzione e nella presentazione di nuovi contenuti culturali che stavamo per elaborare, questi contenuti fossero sempre più l'esito e l'espressione di una collettività, attuando in tal modo i principi dell'accessibilità culturale, non solo architettonica ma anche cognitiva.

Il ruolo delle tecnologie digitali all'interno del progetto

Le scelte e le priorità di un piccolo museo con la finalità di valorizzare il suo patrimonio hanno trovato nel gruppo di visitatori divenuti coprogettisti, un primo microcosmo nel quale sperimentare le difficoltà di comunicazione degli oggetti museali. In questa fase, la tecnologia appariva come una opportunità e nel contempo una difficoltà ulteriore. E' stato fondamentale sia per la professionista delle animazioni digitali, Alice Gallouin, e sia per me, curatrice del museo, saper coinvolgere e stimolare il gruppo con l'esperienza del confronto all'interno degli spazi fisici del museo. Si è prestato attenzione alle persone del gruppo, considerando il loro rapporto con la tecnologia e con il museo in relazione agli interessi e al livello culturale e sociale. Il progetto si configura secondo un'idea di museo che agisce e progetta in base ad una nuova considerazione della centralità del pubblico. Il patrimonio culturale è considerato come un servizio per lo sviluppo sociale e culturale della comunità che adopera il linguaggio "innovativo" della tecnologia per sviluppare conoscenza e coinvolgimento. Innovativo non nel senso di "nuovo", ma inteso come una innovazione nel comportamento delle persone alle prese con uno strumento capace di regalare empatia, engagement e *pathos* per arricchire di valore aggiunto la relazione con l'oggetto museale.

Come curatrice del museo, oltre a raccontare la storia degli oggetti museali dal versante storico-artistico, selezionando le informazioni e aggiornando la ricerca sulle fonti, ho dovuto ampliare le mie competenze e divenire mediatrice di contenuti e di relazioni tra le persone. Ho puntato a coinvolgere le persone ad intervenire con un personale punto di vista, osservando le opere secondo le loro esperienze e conoscenze, miscelando ed equilibrando le differenti letture e interpretazioni. Le persone si sentono protagoniste dell'acquisizione di conoscenze attraverso il museo, vivono un'esperienza di tipo collaborativo con l'intero gruppo. L'esprimere, il considerare e il conciliare i differenti punti di vista ha portato a un canovaccio di spunti sui quali Alice Gallouin è intervenuta, traducendoli in video animazioni che sono il frutto di una progettazione partecipata.

Il gruppo seleziona le opere, due per ogni sala del museo, attraverso il proprio interesse, ma sempre in un'ottica di condivisione dei risultati. Si è compreso, ma solo con i primi esiti raggiunti, che l'obiettivo non era tanto il veder i dettagli dei dipinti muoversi, quanto piuttosto il percorso di esplorazione e di studio su ogni opera selezionata. Di fatto è la qualità del lavoro di ricerca e di condivisione dei nuovi significati delle opere, la chiave di volta nello strumento tecnologico. In un mondo sovraccarico di strumenti e di idee, in cui tutto è possibile, perde rilevanza l'innovazione di soluzione e diviene centrale l'innovazione di significato e di senso.

Le potenzialità della videoanimazione, le scoperte e le nuove conoscenze emerse sulle opere

Al momento sono sei le opere videoanimate completate, tre delle quali già a disposizione dei visitatori che possono esplorare le sale del Museo Mallé con un tablet a disposizione, compreso nel costo del biglietto della visita, su cui sono state caricate le animazioni. Attraverso un device quale il tablet, il museo ha infatti iniziato a rendere fruibili e diffusi contenuti culturali prima "immobili", allontanandosi dalla modalità di visita tradizionale verso un modello di "consumo esperienziale" che risponde a necessità psicologiche e che guarda alla tecnologia non come innovazione in quanto tale ma come mezzo di una nuova fruizione.

I criteri seguiti nella selezione delle opere hanno dovuto fare i conti con le potenzialità dello strumento tecnologico, particolarmente adatto per quei beni culturali che sono densi di elementi narrativi, come nel caso del dipinto di Petrus Tetaer Van Elven del 1858 ca., intitolato "Vecchia Modena".

Nello svolgersi degli incontri di progettazione si è fatta esperienza di uno studio storico artistico, aiutato dal supporto tecnologico in grado di entrare nei particolari delle opere, ingranditi dallo strumento per agevolarne l'osservazione. Le potenzialità del mezzo, che il gruppo di progettazione ha potuto scoprire e sperimentare, ha permesso di far emergere il retro di alcuni dipinti, con tracce di primi abbozzi e schizzi, notoriamente non visibili in museo ma di grande importanza, e di includerli nella videoanimazione.

Altro nodo da affrontare è stata la discussione su quali contenuti concentrare l'animazione, tenendo fermo il punto che la durata temporale per ogni videoanimazione non fosse superiore ai quattro/cinque minuti. Il potenziale visitatore munito di tablet nelle sale del museo – destinatario del nostro strumento progettato - non doveva essere schiacciato da una mole di stimoli informativi e visivi. A tal riguardo, il carico di contenuti per ogni opera è andato col tempo ad alleggerirsi, nel senso che i testi letti da una voce fuori campo, si sono semplificati e notevolmente ridotti.

Lo sforzo di impostare una scaletta di contenuti ha impegnato moltissimi i partecipanti. La funzione di mediazione culturale dello strumento tecnologico è apparsa una risorsa fondamentale da approfondire per renderla duttile agli scopi di far comunicare le opere e le particolarità di stile e di messaggio degli artisti con un montaggio di varie sequenze nelle quali far vedere l'artista, la storia raffigurata, la composizione, i dettagli, le opere similari. Ogni sequenza è stata pensata, vista e rivista molte volte dal gruppo, motivato dall'offrire uno strumento con una modalità coinvolgente per i visitatori di ogni età, abituati a stare immersi nella comunicazione tecnologica, ma senza perdere di vista la serietà dei contenuti: uno strumento accattivante e scientificamente corretto.

Le potenzialità del mezzo hanno consentito al gruppo di vedere isolate singole parti di un'opera, raffrontarle, coglierne le differenze stilistiche, entrare negli spessori delle pennellate, o nei ritagli delle carte incollate sui supporti, per ritrovare elementi compositivi mai visti prima. Così è stato per il disegno di Enrico Reyceud, "La lanterna del porto di Genova" (1886 ca.), che ha rivelato un doppio motivo della lanterna, con il profilo a matita ripetuto due volte.

Sono emerse nuove conoscenze sulle opere, che hanno galvanizzato i partecipanti del gruppo di progettazione. Nella composizione astratta di Umberto Mastroianni, "Esplosione" (1970), è stato possibile ritrovare una figura di cavallo e cavaliere, mai prima citata in nessuno studio sull'opera. Una scoperta oggettivamente fondata anche dal raffronto con gli interessi e la produzione dell'artista.

Sempre più il gruppo è divenuto consapevole che lo strumento delle videoanimazioni, oltre a essere di stimolo alla condivisione, ha incrementato la loro dimestichezza con la storia dell'arte, aiutandoli nella ricerca dei messaggi celati nelle opere. E' stato possibile guardare dentro le opere, entrare nel vivo di ogni particolare, e al contempo ampliare l'orizzonte, dilatare lo sguardo attorno a loro e oltre. Ad esempio, abbiamo ricostruito una serie dentro la quale ricondurre un'opera ed esaminarla nella proiezione delle sequenze videoanimate. Ciò non avviene in museo, dove la didascalia commentata può ampliare il significato di un'opera ma in un ambito esclusivamente cognitivo. La videoanimazione del dipinto dell'olandese Bartholomeus Molenaar, "Toilette rustica" (1640 ca.), presenta non solo le sequenze in cui i personaggi compiono un'azione, rendendo visibile quello che ogni visitatore può solo immaginare davanti alla staticità dell'opera, ma altre sezioni in cui ci sono opere dell'artista riconducibili al tema iconografico delle scuole di campagna olandesi di metà Seicento, dentro il quale prende significato l'opera del Museo Mallé.

Il ruolo semantico delle animazioni

Ogni opera protagonista della videoanimazione è strutturata in una serie di sezioni di contenuto. Il visitatore che clicca sull'icona dell'opera vede aprirsi, dopo l'immagine di copertina, che è poi

l'opera nella sua interezza con l'anteprima dei soggetti in movimento ripetuti più avanti, un primo segmento video, spesso di descrizione del soggetto. La voce fuori campo introduce, spiega e accompagna ai vari layers di ascolto, mentre le immagini assecondano i contenuti espressi con le diverse tecniche di visualizzazione, dagli ingrandimenti di dettagli al movimento di una figura, dalla evidenziazione con segni grafici al montaggio con ritmi diversi.

Non tutte le sezioni hanno i dettagli che si muovono. Ad esempio, la biografia dell'artista si sviluppa in circa trenta secondi come un video documentale tradizionale, tranne che per il pittore Marco Calderini, del quale disponevamo di un ritratto fotografico sul quale è stato possibile intervenire facendo muovere gli occhi, in parallelo alla "sua" voce fuori campo prestata da un partecipante del gruppo. Anche l'ultima sezione di ogni videoanimazione non è mai animata e riguarda la connessione dei temi - individuati nell'opera - con alcuni beni culturali del territorio.

Ma quando la scelta di presentare l'opera coinvolge l'animazione, la ragione è soprattutto per sondare i limiti narrativi dell'oggetto museale e coinvolgere emotivamente l'osservatore. Facendo leva sull'azione che una figura compie, si amplificano le sue qualità espressive e si potenzia l'aspetto visivo-emozionale. La nostra videoanimazione, che in realtà è un mix tra documento, storia e movimento, permette di evadere dai limiti imposti dall'oggetto museale e trovare altre dimensioni comunicative. La tecnologia in questo caso è un canale attraverso il quale raggiungere livelli ulteriori di conoscenza dell'opera, mette in moto l'arte del passato facendola avvicinare al pubblico. La tecnologia suscita curiosità e coinvolgimento e nel contempo educa l'osservatore all'apprezzamento di linguaggi figurativi molto diversi da quelli attuali.

Metaforicamente ricorda la serie di carotaggi della ricerca archeologica che trova nel terreno di scavo una sedimentazione di reperti. Le sequenze sul soggetto, sui colori, sulla luce, sulla composizione, sullo stile, e così via, sono altrettanti carotaggi sul corpo virtuale dell'opera da cui l'animazione porta in luce una serie stratificata di significati colti in fase ingrandita, ritagliata, con un design grafico, o in movimento, oppure in una serie di raffronti.

Mutamenti metodologici

Nel primo incontro di presentazione del progetto, fu prospettata l'ipotesi metodologica di avvalersi, nel corso dei lavori di gruppo, di alcuni strumenti di condivisione tecnologica a distanza - come drop box - con il quale la costruzione di contenuti fosse da tutti seguita e arricchita. L'editing dei contenuti prevedeva un passaggio nel quale il racconto dell'opera fosse attuato in una modalità partecipata e collaborativa di co-scrittura secondo uno stile narrativo capace di parlare a tutti. Ciò non è stato possibile, nessuno ha di fatto accolto l'invito a partecipare ai lavori secondo questa modalità. Il metodo di lavoro si è allora conformato in una serie d'incontri al museo, cadenzati mensilmente, con osservazioni, letture, spunti, poi rielaborati dalla curatrice sotto forma di un testo di sceneggiatura scritto in modalità da storytelling saggistico. Una presentazione coinvolgente ma distaccata, dove i vari aspetti dell'opera sono spiegati come una narrazione, ma una narrazione dove ogni particolare citato ha alle spalle un preciso riferimento nei dati e nelle fonti consultate.

Il testo è utilizzato da Alice Gallouin per la fase di montaggio e animazione delle immagini. Un ulteriore momento, sempre svolto in museo, di verifica e di aggiustamenti da parte del gruppo di progettazione conclude ogni volta l'iter di realizzazione di una videoanimazione. Incontri che sono un vero set di confronti tra opinioni, interpretazioni, osservazioni, non di rado molto vivi e animati, opportunamente coordinati e verbalizzati con degli appunti.

Dunque, una metodologia meno operativa e più relazionale, che ha trovato su alcuni temi una diversa risposta di partecipazione. Un altro dei cambiamenti suggeriti dal gruppo, nel corso dei lavori, ha riguardato la creazione di una sezione chiamata "Dall'opera al territorio". In ogni videoanimazione c'è un rimando al territorio, una soluzione che va nella direzione di mutare il

mondo del museo, non più intercluso tra le pareti dell'edificio, ma trasformato in una sorta di organismo aperto verso la città, che invita a entrare, a osservare e a uscire cercando un legame ideale tra beni culturali diversi. In questa fase il gruppo, forte di una conoscenza approfondita del territorio, guida lo sviluppo delle scelte, fino ad arrivare, per alcuni visitatori, ad impegnarsi nella stesura dei testi scritti e nell'invitare altre persone della comunità.

Finora, per ognuna delle sei opere selezionate, i soggetti raffigurati hanno dato lo spunto per ritrovare elementi analoghi, vuoi per i soggetti, per la funzione, per il paesaggio raffigurato, ad altrettanti luoghi diversi: dal museo etnografico L'Escolo de Mountanho di Stroppa, al Palazzo Allodi sede del Comune di Dronero, alla chiesetta di Marmora e ai monumenti di Cuneo, e altri ancora. In questo modo, le videoanimazioni fungono anche da vetrina per i beni del territorio, un contesto che s'introduce all'interno delle sale del Museo per via di suggerimenti e concatenazione di idee, secondo la strategia gestionale di cui si diceva all'inizio. Il visitatore del Museo Mallé conosce l'opera dal vero e in videoanimazione, in modo sicuramente più coinvolgente, ma è sollecitato ad espandere la sua esperienza, una volta uscito dal museo per andare ad approfondire quei nessi sul territorio. Di nuovo è ribadito anche in questo ambito, che gli strumenti tecnologici sono un volano non solo per la valorizzazione di una collezione museale ma anche un ponte di connessione tra il museo, la comunità e il territorio in cui è inserito. Aiutano a portare i cittadini più vicini al loro patrimonio e nel farlo, li avvicinano gli uni agli altri, e questo è un passo fondamentale verso una società più inclusiva.

Sempre più il visitatore di un museo decentrato e inserito in un paesaggio culturale e naturalistico, ha sì voglia di essere informato ed educato dall'esposizione delle opere, ma ha forse ancora più bisogno e voglia di comprendere l'invisibile dietro l'oggetto musealizzato. La narrazione dei processi invisibili interni ad ogni opera e i nessi con altri temi divengono fattori di notevole interesse per i visitatori attuali. Le nuove tecnologie sono quindi un mezzo e non un fine, un meraviglioso e necessario vettore intermedio. Il loro uso richiede una riflessione lunga e attenta e una ricerca specifica delle immagini e dei processi da attivare.

Il contributo dei partecipanti al gruppo di progettazione

Il contributo dei partecipanti è stato di carattere propositivo e anche operativo, vale a dire le voci fuori campo che narrano le sezioni di cui è composta ogni videoanimazione, non sono registrate da speaker professionisti, e neppure tratte da software audio. Sono le voci di coloro che hanno accettato, all'interno del gruppo, di mettersi alla prova e con non poco imbarazzo e molto coraggio, hanno affrontato il confronto con i limiti delle inflessioni dialettali o di problematiche fisiche.

Naturalmente le videoanimazioni si basano essenzialmente su immagini, e su immagini di alta qualità che non sono sempre disponibili. Il gruppo ha trovato tra i suoi membri chi coltiva da tempo la passione per la fotografia con bravura, realizzando ex novo le riproduzioni necessarie. Infine, per alcune colonne sonore o per i brani musicali di commento alle immagini in movimento, sono giunti dei contributi registrati da parte di persone dedite alla musica, professionisti o amatori del settore, naturalmente citati nei credits.

La valorizzazione delle opere del museo passa attraverso le competenze di tutti, e in tal modo una comunità e un territorio si connette con un mondo culturale più vasto. A volte, per l'ampliamento delle fonti conoscitive sulle opere, è stato necessario andare a cercare notizie molto lontano, come ai Musei Civici di Modena per poter capire il soggetto della scena dipinta da Tetar van Elven alla metà dell'Ottocento. Una buona riproduzione di una natività gemella a quella presente al Museo, ci è stata mandata da un parroco di Cremona. Tutto questo è supportato sempre dalle straordinarie opportunità di connessione tra le persone offerte dal web, ma depone pure della serietà e scrupolosità dei partecipanti del progetto, che sono anch'essi visitatori esigente e animati dall'intento di creare strumenti di mediazione culturale adeguati. La possibilità di partecipare, a vari livelli, nella valorizzazione di un bene culturale, è coerente con un'idea di museo che agisce e

progetta in base ad una nuova considerazione della centralità del pubblico e del patrimonio, ed è il risultato di un approccio “human-centered”: un progetto pensato con e per le persone.

Da “Guarda! Si Muove!” ai convegni nazionali sui musei e alle biennali dell’educazione del patrimonio: verso una replicabilità del progetto?

Una prima restituzione pubblica dei risultati parziali è avvenuta l’ottobre scorso con la presentazione organizzata nella sala conferenze di Espaci Occitan. In tale occasione alcuni dei partecipanti del gruppo di coprogettazione ha dato una testimonianza sui valori del progetto e sul tipo di esperienza compiuta. Sono state proiettate sul grande schermo le videoanimazioni concluse e si è testata la comunicazione delle stesse nelle altre due lingue già registrate e disponibili sui tablet, la lingua occitana e quella francese.

Per l’ente gestore del Mallé, Espaci Occitan, le videoanimazioni diventano uno strumento che concorre alla formazione, alla salvaguardia e alla condivisione della lingua occitana, presente tra le opzioni linguistiche sui tablet grazie al contributo della direttrice scientifica Rosella Pellerino. Un’ottima occasione per fare esperienza di avvicinamento a opere del museo che non appartengono alla cultura occitana ma possono essere delle esercitazioni di studio per acquisire le tradizioni linguistiche della valle. Ci auguriamo che altre risorse possano permettere di aggiungere, prossimamente, le traduzioni in lingua inglese e tedesca, ma nel frattempo ci interroghiamo, anche a seguito di alcuni momenti di confronto a cui siamo stati invitati come il convegno nazionale sui musei tenutosi nell’Università degli Studi Roma Tre, indetto da Icom, sulla portata complessiva di “Guarda! Si muove!”.

Le opere del museo, nella loro nuova dimensione digitale, immerse in forma di videoanimazione che possono essere fruite su tablet piuttosto che caricate in futuro sul sito web e nella pagina facebook del museo e dunque immerse in un circuito di circolazione più vasta, diventano ancora un “altra cosa”. Le opere videoanimate non sono solo una forma virtuale di esistenza del patrimonio del museo, ma un nuovo patrimonio a disposizione della comunità: sono nuovi oggetti museali.

Un'altra considerazione che si sta affacciando, inoltre, riguarda la possibilità di una replicabilità del progetto per altri enti, musei, beni o reti di soggetti interessati.

Crediamo che “Guarda! Si muove!” si possa replicare, tenendo presente le caratteristiche del processo: la definizione di obiettivi chiari; la raccolta e l’analisi d’informazioni sui bisogni del pubblico; la pianificazione lunga e continuativa; la presenza di un gruppo abbastanza disposto a essere coinvolto con assiduità; una competenza di storia dell’arte che però riesca ad essere mediatrice delle istanze del gruppo; una competenza degli strumenti tecnologici; una varietà dei beni culturali interessati e una conoscenza del territorio. Non in ultimo, il coraggio, la visione, la creatività e la narrazione sono il versante complementare dell’innovazione tecnologica.

Per saperne di più

Orhan Pamuk, *Il museo dell’innocenza*, Torino 2009.

AA.VV, *Comunicare il museo oggi. Dalle scelte museologiche al digitale*. Atti del convegno, Skira, Roma 2016.

Cinzia Dal Maso, *Racconti da museo. Storytelling d’autore per il museo 4.0*, Edipuglia, Bari 2018.

Sarah Dominique Orlandi, Gianfranco Calandra, Vincenzo Ferrara, Anna Maria Marras, Sara Radice, *Web Strategy Museale. Monitorare e progettare la comunicazione culturale nel web*, Edizioni Icom Italia, Milano 2019.

La Digital Transformation. Conoscere per gestire: metodi e strumenti, Sala Showroom, Microsoft House, Milano, 10 giugno 2019. Info: www.icom-italia.org

Convegno Nazionale Il Museo oggi. Le professioni del patrimonio culturale: formazione, esperienze, prospettive, Università degli Studi Roma Tre, Icom Italia, 16 novembre 2019. Info: www.icom-italia.org

Per un rimando alle opere del Museo Malle: www.museomalle.org

Il gruppo di progetto “Guarda! Si muove!”:

Adriana Abello, Olga Allesiardi, Carla Arlotto, Ester Blangetti, Giorgina Castellino, Marina Cometto, Beatrice Condorelli, Paola Costamagna, Diego Crestani, Livia Garino, Carlo Mattei, Michela Parrotta, Nella Rovera, Stefano Ruberto, Tiziana Sola.