

## Memoria e territorio: nuove forme di museo virtuale

di **Elisa Giaccardi**  
ottobre 2002

### Museo e forme del virtuale

Che cosa è un "museo virtuale"?

Col termine virtuale si intende comunemente una estensione del reale. Analogamente quando si parla di 'museo virtuale' si intende spesso un processo di duplicazione del museo reale e dei suoi oggetti museali reso possibile dalle tecnologie informatiche. L'espressione 'museo virtuale' è così diventata facilmente sinonimo di prodotti multimediali su CD Rom o di siti web capaci di offrire viste e visite inedite di uno specifico museo reale e del suo patrimonio di oggetti.

#### *Duplicazione ed estensione del reale*

La possibilità di duplicare digitalmente gli oggetti museali contenuti nel museo reale, insieme allo sfruttamento delle capacità associative dell'ipertesto e alle potenzialità visuali dei linguaggi multimediali o 3D, consente di rendere le informazioni testuali e iconografiche facilmente accessibili e consultabili.

Tutto ciò ha ovviamente favorito l'accrescimento della conoscenza e nuove forme di apprendimento. Le caratteristiche visive e interattive della tecnologia impiegata modificano infatti il modo in cui avviene la comunicazione, e promuovono forme di apprendimento e di elaborazione della conoscenza più immediate ed intuitive.

#### *Ricombinazione e personalizzazione*

Inoltre, grazie alla telematica, le possibilità di accesso interattivo al patrimonio di oggetti del museo reale si sono enormemente moltiplicate, aprendo nuove opportunità all'elaborazione della conoscenza. Massimizzare i giacimenti di immagini e di informazioni cui poter accedere attraverso il Web significa trasformare il museo in una sorta di 'enciclopedia mobile'. Rispetto al percorso obbligato dell'utente diretto di un museo reale, l'utente remoto di un museo virtuale può infatti cercare informazioni, combinarle e ricontestualizzarle in base ai propri interessi.

#### *Prime forme del virtuale per il museo*

Le prime forme del virtuale per il museo consistono pertanto in una possibilità di estensione del reale attraverso la duplicazione degli oggetti museali (il che equivale a nuove opportunità di accessibilità e a nuove modalità di comunicazione), e nelle possibilità di massimizzazione e ricombinazione delle informazioni e del loro contesto sulla base di percorsi personali (il che equivale a nuove forme di elaborazione e personalizzazione della conoscenza).

### Museo virtuale come "non-luogo"

La possibilità di cercare, combinare e ricontestualizzare informazioni in base ai propri interessi conduce all'interconnessione e alla ricombinazione orizzontale dei contenuti, ovvero degli oggetti museali stessi.

#### *Interconnessione*

Ecco allora una terza forma del virtuale aggiungersi alle forme precedenti: la forma dell'interconnessione. Il museo a questo punto diventa una sorta di 'non-luogo' dove trovare ciò che non è possibile trovare in un museo reale, e che addirittura non corrisponde ad alcun museo reale, ad alcun luogo fisico.

Diventa così possibile ricomporre virtualmente collezioni disperse per il mondo, avere mostre di durata illimitata, produrre restauri e ricostruzioni virtuali, accedere a informazioni specializzate e disperse. Il museo virtuale diventa un sistema di interconnessioni, un 'non-luogo', ma anche una sorta di 'meta-luogo'.

#### *Problematiche*

Le possibilità aperte per il museo dalle forme del virtuale sin qui sinteticamente descritte problematizzano e offrono una occasione di riflessione sul ruolo formativo del museo nella società e sulle sue capacità di rafforzare le radici di una comunità di appartenenza. Parafrasando Bertuglia (Bertuglia et al., 1999), come si conciliano in un museo virtuale conservazione e produzione? Informazione e creatività? Rappresentazione e vissuto? Quali di fatto la società e la comunità di riferimento?

### Per un museo virtuale "relazionale"

Per comprendere ed esplorare le ulteriori potenzialità che il museo virtuale e le tecnologie che lo rendono possibile offrono, è necessaria una riflessione sull'istituzione museo.

Occorre comprendere come un cambiamento di prospettiva e una riflessione profonda sul ruolo contemporaneo del museo e sulle questioni che questo apre, possano offrire visioni inedite, soluzioni e sperimentazioni innovative nell'ambito del virtuale.

Si tratta di fatto di ribaltare l'angolo di azione: non tanto capire che cosa 'possiamo' fare grazie alle nuove tecnologie, quanto cosa 'vogliamo' fare con le nuove tecnologie alla luce di cambiamenti più profondi nel sistema e a livello antropologico.

#### *Il modello modernista*

Come analizza Hooper-Greehill (Hooper-Greehill, 2000), i musei sono creature dell'Illuminismo, e il pensiero illuminista mirava a costruire un modello di conoscenza affidabile in ogni tempo e in ogni luogo. Ora questo modello di conoscenza è stato destrutturato dalle potenzialità di interconnessione e di lettura/scrittura che il museo virtuale come non-luogo consente.

Il museo modernista, ereditato nella concezione dalle collezioni private, doveva essere enciclopedico e funzionare come una sorta di archivio universale. Il museo virtuale interconnesso in un certo senso è una evoluzione di questo modello, la sua forma globale di personalizzazione. Il modello di trasmissione della conoscenza del museo modernista concepiva la comunicazione come un processo lineare di trasferimento dell'informazione da una fonte autorevole a un ricevente disinformato. Questo modello di comunicazione è

contemporaneamente messo in crisi ma al contempo potenziato dalle nuove tecnologie. Pochi in realtà hanno affrontato tentativi di innovazione nella direzione di un suo marcato superamento, se non sul versante della sperimentazione di forme di apprendimento più interattive e personalizzate.

#### *La scoperta del pubblico*

Vero è che - proprio sulla spinta delle teorie costruttiviste dell'apprendimento e di un modello culturale della comunicazione che riconosce l'importanza dell'interpretazione dei visitatori - sono nati nuovi ruoli professionali ed è stata riconosciuta l'esistenza di pubblici di riferimento diversi. La voce del pubblico si è fatta sentire ed è stata ascoltata, così che narrative differenziate e molteplici si sono sostituite alla meta-narrativa di origine modernista. Ma come ha influito questa tendenza "relazionale" sulle forme del virtuale cui il museo si è aperto?

#### *Nuove complessità*

Attraverso esempi concreti, vorrei proporre a questo punto alcuni spunti per una evoluzione del concetto di museo virtuale e lo sviluppo di una forma virtuale di "museo relazionale". La proposta non è volta semplicemente a sviluppare una nuova competenza comunicativa, le cui basi poggino su una adeguata valorizzazione delle risorse disponibili - come giustamente sintetizza Bodo (Bodo, 2000). La natura complessa della realtà museale, fatta di relazioni interne ed esterne al museo (come la comunità e il territorio di riferimento), definisce un gioco di relazioni che può essere sfruttato non solo a fini di comunicazione, per agire sinergicamente con il contesto, ma per rendere questa realtà strutturalmente dinamica.

#### *Il ruolo della tecnologia*

Le nuove tecnologie non devono semplicemente essere utilizzate, esse devono permetterci di ripensare il museo. Non solo veicolarlo, ma 'farlo': ovvero consentire e produrre nuove forme e nuove metodologie di progettazione del museo stesso.

### **Il progetto MUVI per la Lombardia**

#### *Il progetto*

Il Progetto MUVI - Museo Virtuale della memoria collettiva della regione Lombardia - è un progetto che sfrutta le potenzialità della narrazione multimediale, basandosi sull'uso integrato di strumenti di comunicazione differenti. Secondo gli autori del progetto (la cui redazione si trova presso l'editore multimediale Sonar/TiConUno) esistono tre modalità di comunicazione multimediale. La prima ha a che fare con la struttura ipertestuale ed è per esempio quella propria dei CD Rom. La seconda abbina il supporto digitale a quello cartaceo. La terza forma del multimediale, esplorata e sfruttata dagli autori, è ancora poco praticata ed esplorata. Di fatto nasce dalla seconda ma vi aggiunge un fattore di grande importanza, ovvero la partecipazione alla costruzione della comunicazione da parte di chi è fruitore della comunicazione stessa.

Il sito utilizza congiuntamente il web e la radio, sfruttando lo strumento del racconto, della testimonianza personale, attraverso una raccolta di immagini e di voci che trasforma la comunità locale in una sorta di banca dati, di patrimonio vivente.



Per accedere a questo patrimonio, MUVI è dotato di una interrogazione via database, progettata e realizzata con una cura particolare nel consentire un accesso e un utilizzo anche per non addetti ai lavori. Poiché si tratta di un museo per un pubblico ampio, trasversale, è necessario poter percorrere il sito senza che i fattori emotivi siano compressi da quelli tecnici.

#### *L'immagine fotografica*

Sul Web le immagini fotografiche sono il principale veicolo visivo della memoria territoriale della comunità. Tale scelta nasce dal riconoscimento che la fotografia è da più di un secolo uno strumento di grande efficacia nel fissare la memoria dei fatti e dei vissuti. Gli archivi personali sono ricchissimi e appartengono alle centinaia di migliaia di famiglie che occupano un dato territorio (locale o culturale). Il progetto è volto a recuperare e rendere visibile tale patrimonio: fotografie, vecchie cartoline, manifesti, copertine di libri, particolari della pagina di un giornale locale.



Il materiale fotografico raccolto non potrebbe essere esposto in museo "reale", cioè in un edificio.



Migliaia di immagini, spesso di dimensioni ridotte, non sono fruibili se collocate in teche o disposte su pannelli verticali. Inoltre l'impostazione della navigazione e la struttura grafica del sito web rendono giustizia alla dimensione privata della fotografia, pur sfogliata su un album condiviso e in continua crescita.

#### *Il ruolo della radio*

Il ruolo svolto dalla radio (in questo caso Radio Popolare di Milano, che tradizionalmente mantiene un rapporto molto partecipato, interattivo, "caldo" - come direbbe McLuhan - con un pubblico ampio) è parte essenziale del progetto. Essa suscita nella gente il senso e la volontà di partecipazione alla costruzione di una memoria collettiva.

Si tratta di trasmissioni periodiche nelle quali la memoria si traduce in voci (presto disponibili anche sul Web). Contributi di chi, avendo inviato le proprie fotografie, vuole "raccontarle", e di coloro che, vedendole in rete, trova molteplici ragioni per aggiungere particolari e quindi proprie storie. Come sostengono gli autori del progetto, tutto questo valorizza le identità culturali e territoriali, e allo stesso tempo mira a sviluppare i valori della convivenza civile e solidale fra le differenze. E' un processo che invita al confronto, allo scambio di valori, al piacere di raccontare le proprie storie e di essere disponibile ad ascoltare quelle proposte da altri. Nelle storie si intrecciano memorie familiari, cronaca e storia. La custodia della memoria collettiva avviene a partire dalla condivisione di una storia personale.

#### *Sinergie*

Vi è inoltre il tentativo di creare delle forme di collaborazione fra giovani 'informatizzati' e non più giovani, attratti dal veder apparire sul monitor i propri ricordi. Questo perché il materiale da raccogliere, la sua tipologia, il fatto che le immagini siano suggestive di memoria per ogni componente della famiglia, sono tutti fattori che lo consentono. E se in famiglia non vi è un giovane informatizzato, allora la rete degli scanner cui fare riferimento ripara al gap tecnologico.

#### *Aspetti innovativi*

L'utilizzo di un media caldo come la radio, combinato con il valore affettivo dell'immagine fotografica, è una scelta vincente nel fare leva sulla partecipazione diretta della gente, sulle loro motivazioni. La narrazione si fa patrimonio, 'crea' il museo; le nuove tecnologie ne consentono la actualización e lo materializzano, sfruttando al contempo le risorse materiali ed emotive della comunità e le specificità digitali e interconnettive dei nuovi media integrate con le caratteristiche comunicative dei mezzi di comunicazione di massa (in questo caso la radio).

Il museo esplica così un proprio ruolo formativo spontaneamente, favorendo la partecipazione della comunità al rafforzamento della propria identità e al riconoscimento del proprio territorio. Sostiene forme emotive di apprendimento 'orale' attraverso le sinergie sociali e generazionali che alimentano la creazione del museo.

URL: <http://www.url.it/muvi/index.htm>

### **Il Museo dei Nibelunghi di Worms**

Il Museo dei Nibelunghi di Worms è un museo virtuale perché raccoglie un materiale disperso, esistente in formati diversi, e lo colleziona digitalmente nell'impossibilità di farlo altrimenti. Ma è un museo virtuale anche perché cerca di rappresentare un qualcosa dall'esistenza altamente impalpabile, ovvero il mito.



Nel tentativo di rendere visibile il patrimonio disperso di un mito collettivo, il Museo dei Nibelunghi di Worms opera un processo inverso rispetto al Progetto MUVI e virtualizza tale patrimonio all'interno di un sito fisico.

#### *Il mito*

Non si tratta qui di una installazione multimediale, apposta a un museo pre-esistente, ma della concezione e progettazione di un museo tanto nella sua componente reale quanto nella sua componente virtuale. Al Museo dei Nibelunghi di Worms non ci sono collezioni, non ci sono oggetti rari, né famosi dipinti o gioielli. Ma vi è comunque un tesoro. In base alla leggenda dei Nibelunghi infatti, molto tempo fa, un eroe locale gettò il più famoso tesoro che il mondo avesse mai conosciuto nel Reno, proprio vicino alla città di Worms. Il principio di questo tesoro è un anello, conosciuto per essere una fonte inesauribile di oro, amore e gioia per chiunque lo possieda, fintanto che questo anello non è usato a fini di potere personale. Molti artisti - ricordiamo Wagner tra i più celebri - hanno preso spunto da questo tema fino a trasformarlo in una vera e propria epica, una sorta di Odissea nordica.



Ma che cosa è il mito? E' un fenomeno totale. Non vi sono punti di vista esterni che possano descriverlo oggettivamente. E dunque come parlare del mito? Come parlare di questo mito in particolare? Dunque il Museo dei Nibelunghi non poteva essere un museo scientifico, ma una sorta di creazione in sé. La materializzazione virtuale delle opere provocate nei secoli dal tema dei Nibelunghi.

#### *La visita al museo*

La visita al museo è guidata dalla voce di un narratore, che altri non è se non l'ipotetico autore del Nibelungenlied. Il museo è diviso in tre parti, di cui le prime due orientate dalla voce del narratore. Nella Torre della Visione il narratore spiega, sviluppa e critica le connessioni storiche, letterarie e artistiche che hanno punteggiato la costruzione del mito dei Nibelunghi. Attraverso i dispositivi architettonici all'interno della Torre il visitatore identifica i capitoli principali dell'opera letteraria e le differenti tappe della costruzione del mito. Poi, nella Torre dell'Ascolto, il narratore presenta la propria opera, che può essere ascoltata.

#### *Immagini e narrazione*

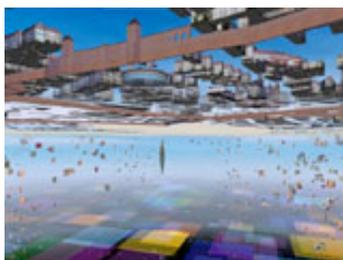
Il mito dei Nibelunghi prende corpo in migliaia di immagini iconografiche e fotografiche sparse e diffuse per il mondo in musei, archivi e biblioteche. Tutte queste immagini - pitture, bassorilievi, poster propagandistici e fotografie di scena - convogliano una parte della influenza del mito. Il Museo ne presenta solo un piccolo spettro, anche se consistente e composto di migliaia di immagini. Vedere queste immagini una per una, tutte quante insieme, richiederebbe giorni. Ma attraverso l'aiuto del narratore è possibile cogliere gli invisibili movimenti che le hanno unite nei secoli. Ritroviamo le immagini della Torre della Visione, qui accumulate e composte insieme in una sorta di macchina generatrice del mito, dispiegate e raccolte nella Torre dell'Ascolto.

Nella terza parte del Museo, nel Tesoro, tutte queste immagini fluttuano nello spazio sotterraneo. Esse emergono gradualmente dal fondo del mondo e penetrano la superficie come bolle di memoria. E così, nel loro viaggio, i talismani (ovvero i dispositivi di navigazione) del tesoro possono di tanto in tanto disturbare i loro movimenti e le loro volute, come i movimenti che disturbano i sogni.

Nel Tesoro le voci, i suoni e la musica sono importanti tanto quanto le immagini. E' al "fondo del mondo" che suono e musica sono generati in tempo reale seguendo le esplorazioni dei visitatori e obbedendo alle loro pulsioni. Perché il mito è il frutto dell'incontro tra la singolarità dell'osservazione e delle azioni, e la memoria collettiva in perpetua evoluzione.

#### *Uno spazio immaginario e generativo*

L'ambiente virtuale del "Tesoro dei Nibelunghi" è la terza e finale tappa della visita del Museo. Esso occupa una stanza cilindrica e sotterranea di 9 metri di diametro, con uno schermo circolare di quasi 360° gradi che circonda gli spettatori. I visitatori possono vedere la città di Worms dal basso, i suoi monumenti e i suoi edifici, come se il terreno fosse trasparente. Questo spazio sotterraneo della città è lo spazio immaginario del mito, dove le immagini, il suono e la musica sono continuamente generati in tempo reale e assumono forma.



Qui le musiche e le voci del quartetto vocale sono arborescenti e interattive, senza inizio né fine. E' il movimento del visitatore nello spazio, il suo interesse per un oggetto, che le genera e le combina sulla base della sua posizione e delle sue azioni sull'interfaccia. In questo contesto generativo è la loro relazione con l'ambiente a consentire a ciascuno di costruire il proprio singolare percorso, che riflette il suo personale senso del tempo, della memoria e dell'ascolto.

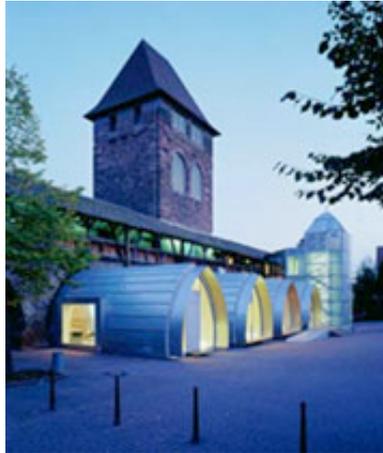
#### *Aspetti innovativi*

Il museo è dunque relazionale perché genera il mito, sostenendo i meccanismi che lo hanno alimentato e prodotto nei secoli. Ed è virtuale perché è una sorta di subconscio che simbolizza il "muro del tempo" e in cui il mondo trova luogo. Le immagini emergono come continue e differenti rappresentazioni del mito nel corso del tempo (fotografie, dipinti, film, opere liriche...) attratte o repulse dai tre elementi centrali del mito (l'anello, la bacchetta magica e la spada) che nella spazio del Tesoro costituiscono degli elementi di navigazione.



Il Museo dei Nibelunghi di Worms riesce dunque a connettere visibile e invisibile, lo spazio comunale della città e lo spazio poetico del mito, i tempi moderni e l'eternità del mito.

Il progetto e l'edificio sono stati realizzati su commissione della città di Worms fra il 1997 e il 2001 dal gruppo franco-tedesco A+H di Olivier Auber e Bernd Hoge.



Le musiche per quartetto vocale e partitura elettronica sono state composte da Thierry Fournier.

URL: <http://km2.net/aplush/nibelungenmuseum/>

### **Conclusioni: per un virtuale "relazionale"**

Virtuale e relazione sono due concetti che si possono combinare in nuove forme di concezione e progettazione del museo. Questo articolo vuole essere una prima riflessione per ampliare il concetto di "museo virtuale" e pensare il marketing culturale anche in termini di metodologie di partecipazione e di coinvolgimento di pubblici o meglio di attori nuovi, attivi nella creazione o nella lettura culturale dei propri patrimoni e delle identità di appartenenza.

### **Libri citati nell'articolo**

- Bertuglia C.S., Bertuglia F., Magnaghi A. (1999).  
*Il museo tra reale e virtuale*.  
Roma: Editori Riuniti.
- Bodo S. (a cura di) (2000).  
*Il museo relazionale*.  
Torino: Edizioni Fondazione Giovanni Agnelli.
- Hooper-Greenhill E. (2000).  
"Nuovi valori, nuove voci, nuove narrative: l'evoluzione dei modelli comunicativi nei musei d'arte". In S. Bodo (a cura di), *Il museo relazionale*, Torino: Edizioni Fondazione Giovanni Agnelli.