

## Il libro

# Web e pandemia la rivoluzione dei musei



di Marina Paglieri

Come cambiano i musei nell'era digitale? E come cambiano soprattutto nei tempi della pandemia? Affronta questi temi il volume di Domenico Piraina e Maurizio Vanni "La nuova museologia: le opportunità nell'incertezza. Verso uno sviluppo sostenibile", fresco di stampa da Celid. Gli autori hanno raccolto gli interventi di esperti che mettono in luce come la situazione attuale possa essere foriera di nuove possibilità. Basta saperle cogliere. "E se trovassimo nei musei e nella cultura le risposte ai tanti interrogativi che, certo, toglieranno il sonno a tante persone nel momento in cui prenderanno coscienza che 'nulla sarà come prima'?" si legge nella presentazione. Diversi i temi trattati, dalle nuove necessità e strategie, alle figure professionali emergenti, dalla sostenibilità ambientale, tra biomusei e green marketing, al museo come luogo di benessere e cura (con un'intervista di Michela Cicchiné allo psicologo Paolo Crepet), dalla progettualità etica all'esperienza emozionale estetica. Un punto centrale è certo la digitalizzazione, che ha subito un'enorme accelerazione durante il primo lockdown, e che non pare rallentare. "Il movimento è stato a valanga. Sono partite dirette social, visite guidate on line, web tv, web radio e molto altro - scrive nella prefazione il direttore di "Artribune" Massimiliano Tonelli. - Pensiamoci: i passi avanti che si sono fatti in pochi giorni nella

comunicazione dei musei verso il pubblico avrebbero richiesto anni, forse un decennio". Secondo una ricerca della Bocconi, l'81% delle istituzioni culturali ha proposto contenuti on line durante la pandemia, il 46% visite web e il 43% tour virtuali. Pure, nelle classifiche, continua a valere di più il tradizionale sbigliettamento. "E'giunto il momento di adeguare ai tempi il concetto stesso di pubblico? E ancora: come regolarsi nel non strafare offrendo troppo?" si domanda Tonelli. Il mondo dei musei meriterebbe a questo punto una diversa sistematizzazione, in linea con i tempi e senza dimenticare la sostenibilità economica: i contenuti sul web sono stati finora gratuiti. Ci pensa l'avvocato Riccardo Rossotto, che nel capitolo dedicato a "I musei di domani tra fisicità e virtualità" indica nuove strade: dalla negoziazione del diritto d'autore nell'utilizzo delle opere d'arte per prodotti audiovisivi, alle sponsorizzazioni culturali da parte di imprese che potrebbero avere interesse ad abbinare il proprio marchio a un prodotto legato al museo e confezionato per il web.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

