

INVITATO SPECIALE: DALLA CULTURA LE NUOVE STRATEGIE DI SVILUPPO PER L'ITALIA

IL BELLO DELLA TECNOLOGIA

Le immagini digitali di un quadro o di una statua non sono un deterrente alla visita: anzi, possono incentivarla

di Andrea Granelli

L'autore

Andrea Granelli. Fondatore di Kanso, già direttore delle attività Internet e dell'area R&S di Telecom Italia, è responsabile del settore comunicazione e cultura dell'innovazione della Fondazione Cotec che, con questo articolo, prosegue la sua collaborazione con Nòva24



Il patrimonio culturale italiano comprende realtà di ogni genere: interi centri storici, edifici sacri e profani, ville, palazzi e siti archeologici, creazioni di pittori, scultori, architetti, urbanisti, tutte testimonianze uniche e autentiche della presenza, della vita e della cultura di intere civiltà. Rispetto a questa ricchezza molto è stato fatto ai fini di preservarla e conservarla, ma moltissimo ci sarebbe da fare per renderla effettivamente patrimonio comune e per estrarne tutto il potenziale economico. La gestione economicamente efficace di tale patrimonio, offre infatti una nuova forma di benessere, con possibili ricadute economiche che debbono a loro volta assicurare le risorse per conservare tale patrimonio e nel contempo approfondire gli studi e le attività per forme sempre più efficaci di godimento e tutela.

La dimensione economica non dipende solo dal circuito culturale attivato (biglietti dei musei, eventi culturali, libri e merchandising, ...) ma da due altri aspetti – molto più rilevanti. Innanzitutto il bene culturale può diventare uno straordinario attrattore del territorio in cui è ubicato, consentendo di veicolare al turista culturale un'offerta ampia e integrata. Questo ruolo di moltiplicatore è particolarmente vero oggi, in quanto il territorio sta riacquistando quella centralità economica che l'economia industriale prima e la New Economy dopo gli avevano negato. Gli studiosi dell'America urbana dell'ultimo mezzo secolo ritenevano che le città fossero entrate in un declino inesorabile, e le consideravano il bagaglio abbandonato dell'era industriale – future città dormitorio. I futurologi della nuova economia, dal canto loro, ritenevano che la geografia fosse morta, che le distanze non fossero più un vincolo. La virtualizzazione e l'ubiquità promessa dalle tecnologie digitali rendevano irrilevante il luogo dove si operava. Nulla di più lontano dal vero. Il luogo sta riconquistando il posto che si merita nella creazione di valore: attrae i talenti, moltiplica il valore degli oggetti che ospita e diventa uno straordinario meccanismo di protezione intellettuale, impedendone la copia.

Ma l'aspetto ancora più interessante è che la gestione e tutela del patrimonio culturale sta sviluppando un fiorente mercato caratterizzato da piccole e medie aziende dai forti contenuti tecnologici. Nuovi materiali, tecniche costruttive innovative (si pensi alla complessità di restaurare un palazzo settecentesco veneziano con le fondamenta nell'acqua), strumenti di misurazione e diagnostica, modellistica 3D, piattaforme fruibili, ... sono tutti aspetti di questo processo. Questo settore potrebbe costruire la punta di diamante di una nuova ondata di esportazioni "Made-in-Italy". Non più solo moda, cibo e lusso, ma tecnologia "dura" e cultura.



IL LIBRO:

Pompei. Nella foto "La Villa dei Misteri: Baccanti", affresco. Dalla copertina del libro "Innovazione e cultura" a cura di Andrea Granelli e Francesca Tracò

Per comprendere meglio questo fenomeno, la Fondazione Cotec ha recentemente fotografato la situazione italiana (Andrea Granelli, Francesca Tracò, *Innovazione e Cultura*. *Come le tecnologie digitali potenzieranno la rendita del nostro patrimonio*

culturale, edizioni Il Sole 24 Ore, 2006) con l'obiettivo di identificare le buone pratiche di applicazione delle tecnologie e dedurre regole progettuali utili e replicabili. Dall'analisi di questi casi sono emerse alcune interessanti risultanze. Per citarne alcune: innanzitutto ci sono diversi casi interessanti di utilizzo delle nuove tecnologie, che pongono l'Italia all'avanguardia su alcuni fronti specifici, ma in generale manca un approccio sistemico e generalizzato.

Inoltre, tra i fattori discriminanti nel sancire il successo di una realizzazione, non vi è solo la tecnologia e i processi utilizzati ma anche la metodologia di progettazione adottata e in particolare quello che potremmo chiamare il "buon design". La semplice tecnologia è nuda, non aiuta a risolvere i problemi; deve essere introdotta in un processo che le dia senso; ma soprattutto deve essere resa semplice, intuitiva e anche *inspirational*. Le applicazioni più efficaci della tecnologia la nascondono. Quanti strumenti sono rimasti totem tecnologici senza risolvere i problemi informativi del visitatore. Un eccesso di tecnologia – anche quella pensata per spettacolarizzare – può uccidere la magia degli artefatti.

Infine vi è un pregiudizio molto diffuso, che vede il virtuale come "materializzazione" del reale in antagonismo con l'artefatto; la sua esistenza, invece, deve essere pensata in maniera integrata alla sua fisicità: non è fonte indipendente di ricavi, come i tentativi di trarre profitto dalla commercializzazione del materiale digitale tenderebbero a suggerire. La rappresentazione digitale non si sostituisce alla visita ma la prepara, incrementando le aspettative, fino a fornire all'opera quella funzione di "feticcio" che ne aumenta la desiderabilità di essere vista dal vivo. Le immagini digitali del patrimonio culturale non vanno quindi viste come fonti indipendenti di business, ma come strumenti che preparano alla visita e creano una pulsione a vedere l'originale.

Questi problemi non vanno certo sottovalutati, ma il fermento è notevole e le sperimentazioni in corso numerose. Vista la straordinaria ricchezza del nostro patrimonio culturale, il futuro lascia ben sperare.

Il Sole 24 Ore – Nòva, 9 febbraio 2006