

# Una esperienza di digital curatorship in un contesto multiculturale

Sara PERRELLA

Università di Foggia, Foggia (FG)

## Abstract

*Il Museo Digitale, inteso come zona di democratizzazione nella quale relazioni di alterità e costruzioni di identità sono prodotte, cioè, forme di riconoscimento delle affiliazioni emotive locali, regionali e nazionali, per sua stessa natura, è anche facilmente accessibile, dinamico e interattivo. Si tratta di un dispositivo che rispecchia la vita quotidiana e la cultura delle diverse comunità, minoranze etniche e gruppi emarginati.*

*Il presente contributo, partendo da una panoramica sulle funzioni fondamentali di salvaguardia del museo contemporaneo, attraverso un'analisi degli attuali bisogni in termini di competenze e risorse umane, illustra un'esperienza di digital curatorship museale all'interno di un contesto multiculturale, con la presenza di minoranze e differenze etniche. Il caso di studio, in particolare, riguarda un piccolo museo situato in un'Università pubblica nel sud del Brasile. Nello specifico, si propone un esempio di collaborazione all'interno di un gruppo di ricerca multiculturale, con il supporto di un Digital Strategy Manager esterno, con il fine di proporre un modello interattivo e digitale di fruizione museale.*

Keywords: Digital Curatorship, Competenze Digitali, Musei, Patrimonio Culturale.

## Introduzione

I musei sono organizzazioni vitali per la costruzione e la salvaguardia dei valori culturali. Hanno contribuito da sempre a coltivare, guidare e ispirare la cultura umana, reinventando continuamente se stessi e diversificandosi per rimanere al passo con i cambiamenti storici e armonizzarsi con i loro contesti locali. Oggi, come in passato, la rilevanza e l'impatto sociale dei musei corrisponde alla loro capacità di identificare i bisogni e fornire prontamente servizi e benefici per la comunità.

Le comunità sono in continua evoluzione, a causa dei massicci movimenti di persone, prodotti, idee e economie, e stanno emergendo varie nuove forme di comunicazione, a volte caratterizzate da opposizione e conflitto. Molti musei stanno quindi mettendo in discussione i loro ruoli, nel tentativo di influenzare e accogliere la transizione verso una nuova società e nuove manifestazioni culturali. Il loro obiettivo è quello di essere più armoniosi e consapevoli di questioni quali l'uguaglianza e il rispetto dei diritti dei gruppi di minoranza, nonché più sostenibili. Il ruolo dei musei, riassunto dai tre fattori di conservazione, ricerca e comunicazione, nonché il loro valore intrinseco come istituzioni educative e custodi del patrimonio culturale umano, è ora molto ben consolidato. L'apprendimento e l'istruzione permanente, in tutte le forme e contenuti - compresa la cittadinanza attiva - è stato riconosciuto come una delle funzioni principali dei musei, in quanto promuove e arricchisce i loro valori e obiettivi.

In tale prospettiva, i musei svolgono anche e soprattutto attività di conservazione, ricerca e comunicazione, per quanto riguarda il cosiddetto patrimonio immateriale, che, adeguatamente curato e divulgato, può portare alla nascita e alla consapevolezza di un senso di appartenenza.

Questo processo aiuta chiunque ne sia a conoscenza a reinterpretare il passato al fine di elaborare nuove identità per le generazioni presenti e future, incoraggiando al tempo stesso la coesione sociale, il dialogo e la comprensione.

Configurandosi come istituzioni democratiche, aperte a persone di ogni ceto sociale, di tutte le età, generi, background e culture, i musei possono far nascere nuovi modi di pensare e incoraggiare scambi interculturali e intergenerazionali, oltre a svolgere un ruolo importante nel preservare e valorizzare la diversità culturale, fornendo nel contempo un prezioso contributo alla risoluzione di varie opposizioni e conflitti, oltre a abbattere le barriere formali erette tra le diverse aree accademiche.

Sono quindi luoghi di conoscenza che sono anche in grado di sviluppare e promuovere personalità, competenze, atteggiamenti e valori individuali, in modo da incoraggiare la responsabilità civile e la partecipazione. Possono, infine, contribuire alla crescita delle comunità, costruendo un senso di

appartenenza e fiducia sociale coltivando una consapevolezza della nostra responsabilità collettiva verso un patrimonio condiviso. I musei moderni sono luoghi in cui è possibile scoprire la diversità del patrimonio culturale globale, nel quale elaborare nuove forme di conoscenza e nuove idee.

Grazie alla digitalizzazione ed alle potenzialità dei nuovi dispositivi nel settore del cultural heritage, i concetti di luogo, collezione, dislocazione, co-presenza vengono sublimati alla dimensione concettuale della relazione che si instaura tra produzione di significato e users (Bollini, 2015).

I nuovi device mobili e la tecnologia in generale permettono al visitatore di migliorare la propria esperienza all'interno del museo e di continuare la visita anche oltre le mura della struttura fisica del museo. Questo rapporto dialogico con gli utenti rappresenta una sfida nei riguardi del museo in quanto i consumatori sono utenti ma anche partecipanti e co-creatori: i musei sono sfidati a passare da standard statici a soluzioni aperte e dinamiche per mantenere il loro status di istituzioni culturalmente significative (Simon, 2010).

Con supporto dei media digitali e, più precisamente delle tecnologie messe a punto per il Web 2.0, il museo permette ai visitatori o agli utenti di imparare, interrogarsi e impegnarsi in modi che non erano possibili prima, ma anche di cambiare il concetto di museo che passa da un'istituzione con una dislocazione fisica ad un'interfaccia in cui il museo stesso diventa un dispositivo comunicativo (Thompson, 2010). Dunque dove il museo del passato era immaginato come un edificio, il museo del futuro può essere immaginato come un processo o un'esperienza.

Definendo tale grado di importanza delle istituzioni museali e dei connessi eventi espositivi e curatoriali, come si configura un team di lavoro e sviluppo all'interno di un piccolo museo? Quali figure professionali con relative competenze specifiche sono necessarie a sviluppare un percorso curatoriale che tenga conto anche dello scenario socio-culturale e patrimoniale di riferimento?

## **Stato dell'arte**

Nel novembre 2017, l'ICOM ha pubblicato un documento riguardante le professionalità e le funzioni essenziali del museo. Nel testo si afferma che: "La prospettiva di prendere a riferimento l'ambito del patrimonio culturale nel suo complesso, che è quella con la quale si sta lavorando in ambito nazionale, rende possibile considerare alcune figure e professioni come trasversali o comuni a più istituti culturali e offre quindi, potenzialmente, una maggiore possibilità di entrare nel mondo del lavoro anche se a discapito della specializzazione delle competenze. Il museo ha trasformato nel tempo la sua funzione e presenta, nella declinazione delle sue diverse funzioni, una maggiore complessità rispetto ad altri istituti culturali, come le biblioteche e gli archivi. Alcune delle figure professionali individuate (ed altre che potrebbero configurarsi in futuro) possono essere considerate trasversali a più musei o a più istituti e avere un ruolo fondamentale di raccordo con il territorio".

Ciò che successivamente emerge è, inoltre, il ruolo dei volontari che, a prescindere dalle implicazioni socio politiche correlate, se correttamente gestiti e adeguatamente formati, testimoniano la volontà di partecipare alla vita del museo espressa dalla comunità e possono essere una risorsa.

Da qui la dichiarazione che attualmente non esiste un percorso formativo specifico per le professioni museali e che le competenze necessarie vengono per lo più maturate attraverso esperienze sul campo. A fronte di tale incertezza legislativa, emerge con chiarezza la quasi assenza di una prospettiva che riguardi il digitale e le professioni affini a tale ambito.

## Musei e competenze digitali

Attualmente la sfida digitale è riconosciuta come una priorità in molti settori che vanno da quello di educazione a quello della politica. Due domande che dovevano essere poste prima di affrontare questi problemi: Quali sono le abilità e il know-how appropriate per sostenere i professionisti del museo nel processo di trasformazione digitale? Esistono profili professionali emergenti a supporto dei musei nell'ambito del digitale?

Queste domande sono state l'assunto principale di ricerca del progetto Mu.SA, intrapreso tra dicembre 2016 e marzo 2017. Il consorzio Mu.SA ha studiato, quali competenze digitali sono trasferibili e

fondamentali per sostenere i professionisti dei musei e aiutarli nei loro sforzi di innovare i musei in un ambiente digitale, capitalizzando e rivedendo i risultati delle progetto eCult.

I musei stanno affrontando una serie di sfide a causa di profondo e rapido cambiamento culturale, sociale e ambientale.

Sulla base dei precedenti risultati del progetto eCult Skills, sono stati identificati quattro profili professionali emergenti di cui sono stati mappati i relativi ruoli e competenze:

- Digital strategy manager,
- Digital collections curator,
- Digital interactive experience developer,
- Online community manager.

Il basso livello di competenze digitali in diversi Paesi è una conseguenza della generale mancanza di infrastrutture e risorse nazionali. Pertanto risulta necessario innalzare i livelli di gestione, ripensando a un approccio digitale come vitale per sviluppare relazioni significative con il pubblico nuovo ed esistente, in linea con la missione attuale del museo.

### Digital strategy manager

Il presente studio intende analizzare, in particolare, la figura del Digital strategy manager alla luce di una esperienza concreta e vissuta in un contesto multiculturale di una piccola realtà museale, partendo dal quadro delle competenze richieste e individuate dal progetto Mu.Sa.



**Figura 1** – Ruolo e funzioni del Digital Strategy Manager (progetto Mu.Sa).

Il ruolo di tale figura, come indicato, risulta strategica per tutti i musei che mirano a prosperare in un ambiente digitale.

Il contesto di riferimento in cui tali principi sono stati applicati è un piccolo museo situato presso la Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Brasile.

### **Metodologia**

Il museo do brinquedo da Ilha de Santa Catarina (museo del giocattolo dell'isola di Santa Catarina), Florianópolis, unico museo brasiliano sul tema appartenente ad una Università federale, fu creato nel 1999 dal gruppo di ricerca pedagogica NICA ed è amministrativamente situato nel rettorato della Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Ciò che caratterizza questa piccola realtà è il carattere

dinamico e itinerante; il museo è infatti composto da diverse aree/”ali” (Alas): esposizione permanente e riserva tecnica, situate nella BU (Biblioteca Universitaria); ala virtuale/repository; ala di ricerca pedagogica.

La figura del Digital Strategy Manager è stata inserita per il design di un percorso espositivo virtuale relativo al progetto “Um itinerário da magia nas brincadeiras infantis indígenas”, finalizzato a ricercare le caratteristiche antropologiche principali e i costumi delle culture indigene dello stato di Santa Catarina, attraverso la realizzazione di una esposizione fotografica temporanea.

Il periodo di riferimento è da marzo 2018 a ottobre 2018, in cui il Digital Strategy Manager è stato inserito in sede nelle attività del gruppo di ricerca.

Trattandosi di una esposizione fotografica di forte impronta antropologica, in quanto rappresenta per tappe l’infanzia in una comunità indigena, è risultata fondamentale l’interazione e il confronto all’interno del gruppo di ricerca, mettendo in luce al massimo la componente culturale dei borsisti di etnia indigena e inserendo in tale processo le expertise dei docenti ricercatori e dei museologi.

Il gruppo di ricerca, in particolare, è composto da:

- 1) Un professore ricercatore, curatore del progetto;
- 2) Un professore del Dipartimento di giornalismo, esperto in fotografia;
- 3) Un museologo, responsabile dell’esposizione in loco;
- 4) Un borsista di etnia indigena, autore delle fotografie;
- 5) Due borsisti di altre etnie indigene dello stato di Santa Catarina, con ruolo di supporto;
- 6) Un Digital Strategy Manager, esperto di modelli e contenuti digitali.

Il gruppo, inoltre si è avvalso del supporto di altre figure professionali all’interno del contesto universitario come professori ricercatori in ambito pedagogico, tecnici amministrativi e informatici della struttura bibliotecaria del campus, curatori delle repository del museo.

Il progetto ha previsto tre principali tappe metodologiche:

1. Pre-iconografica: raccolta di immagini e foto relative all’infanzia nelle comunità indigene, con analisi e selezione di alcuni archivi fotografici storici e collezioni etnografiche.
2. Iconografica: studio e selezione dei materiali raccolti con riferimento alle fonti scientifiche antropologiche. In tale fase sono state organizzate anche delle visite del gruppo di ricerca all’interno delle comunità indigene e, contestualmente, l’autore ha realizzato alcune foto per l’esposizione.
3. Costruzione dell’itinerario attraverso l’esposizione temporanea specifica online e offline.

Il Digital Strategy Manager ha preso parte a tutte le tappe metodologiche del processo, in quanto, per una gestione appropriata dei contenuti online è opportuno che sia a conoscenza di ogni aspetto socio-culturale del contesto di riferimento, oltre ad aver ben presente e chiaro il modello progettuale fino all’output dell’esposizione vera e propria.

Facendo riferimento ai Main tasks descritti nel modello del progetto Mu.Sa e declinando in digitale le informazioni e le conoscenze acquisite durante le fasi di ricerca con il team di progetto, il digital curator ha svolto le seguenti attività elencate cronologicamente:

| Fasi metodologiche del progetto | Attività del DSM  | Tasks   |
|---------------------------------|---|---|
| Pre – iconografica              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Studio e analisi etnografica degli archivi sulle opere esistenti.</li><li>• Ricerca teorica e applicata nel settore delle tecnologie didattiche.</li><li>• Studio e analisi di modelli ed esperienze di design partecipato.</li></ul> | Analizzare il contesto di riferimento e elaborare, attraverso lo studio di precedenti esperienze e il confronto con il team di ricerca, un modello concettuale sulla base delle risorse e delle potenzialità del museo. |

|                             |   |  |
|-----------------------------|---|--|
|                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studio sull'applicabilità di processi e strumenti del Social Learning al contesto socio culturale di riferimento.</li> </ul>   |  |
| Iconografica                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visite mirate con il gruppo di ricerca alle location utili per lo studio e la messa a punto del progetto.</li> <li>• Interviste ai curatori e al personale del museo</li> <li>• Wireframe e Flowchart del sito.</li> <li>• Analisi del materiale espositivo del museo con schede tecniche.</li> <li>• Analisi delle griglie di classificazione per l'inserimento nella repository digitale della UFSC.</li> <li>• Progettazione e realizzazione del sito del MBISC con sottodominio UFSC.</li> </ul> | <p>Avere una buona conoscenza di come il museo funziona e fornire informazioni aggiornate sui prodotti digitali</p> <p>Svolgere un ruolo di mediazione tra i dipartimenti museali interni e gli stakeholder esterni, al fine di fortificare la rete culturale.</p> <p>Co-progettare una soluzione in digitale con il team di ricerca, includendo e valorizzando tutte le skills.</p> |
| Costruzione dell'itinerario | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creazione di un sito proprietario con relativo percorso interattivo sull'esposizione temporanea "Um itinerário da magia nas brincadeiras infantis indígenas".</li> <li>• Progetto grafico dell'esposizione.</li> <li>• Produzione di audiovisivi.</li> <li>• Video interviste.</li> <li>• Allestimento di spazi e percorsi museali interattivi.</li> </ul>   | <p>Sostenere il museo tecnologico e l'innovazione digitale.</p> <p>Aiutare il museo a prosperare nell'ambiente digitale raggiungendo più interlocutori</p>   |

**Tabella 1** – Elenco delle attività del Digital Strategy Manager, in relazione alle fasi metodologiche e agli obiettivi del progetto.

## Risultati e discussione

Grazie alla sinergia e alla costante collaborazione del Team di ricerca con il Digital Strategist Manager, alla fine dei sette mesi si sono ottenuti i seguenti output/risultati:

- 1) Realizzazione e implementazione di un sito web informativo in CMS Wordpress per il Museo do Brinquedo da Ilha de Santa Catarina con i dominio dell'Università di appartenenza, con la finalità di rendere visibili tutte le attività passate e future all'interno del museo e rendere possibili eventuali collaborazioni e interscambi anche con altri centri di ricerca all'interno della UFSC e con altri enti esterni.
- 2) Progettazione di un percorso espositivo virtuale relativo al progetto "Um itinerário da magia nas brincadeiras infantis indígenas", con dominio proprietario e personalizzazione dei contenuti.

La piattaforma digitale multilingua <http://www.umitinerariodamagia.com/> ha il duplice obiettivo di: costituire un supporto virtuale ai visitatori in sede, offrendo contenuti digitali mediante l'utilizzo di QR code disposti nel percorso di visita; proporre, potenzialmente a livello globale, i contenuti dell'esposizione.

Tali attività sono state accompagnate da un costante e pianificato utilizzo dei canali social, creati e implementati ad hoc per divulgare le iniziative del museo.

## Conclusioni

È importante essere consapevoli del fatto che le tecnologie coinvolte e le esigenze del pubblico mutano rapidamente adeguandosi ai tempi e che nuovi bisogni formativi sono costantemente emergenti.

In generale, è possibile sostenere che è necessario sviluppare competenze utili al fine di raggiungere un numero maggiore di visitatori del museo, incentivando le competenze digitali e cercando di coinvolgere esperti in ambito tecnologico che supportino il team museale in questa direzione.

La multidisciplinarietà e la multiculturalità in tale processo di cambiamento risultano di vitale importanza per aiutare i musei prosperare in un ambiente digitale.

Pertanto, dovrebbero essere garantiti dalle istituzioni a livello internazionale, investimenti mirati e adeguati per l'aggiornamento e la riqualificazione riguardanti le nuove tecnologie per tutto il personale del museo, in conformità con i ruoli e i compiti esistenti.

I programmi formativi dovrebbero svilupparsi tenendo conto delle competenze digitali e far sì che queste ultime siano trasferibili, con l'obiettivo di creare una rete tra musei e raggiungere una portata di pubblico sempre più ampia.

## Riferimenti bibliografici

- Bollini, L. (2015). *Il museo 3.0. Percorsi, frammenti, reti e la openness narrativa del digitale*.
- Homem, P. M., Remelgado, P., & Medina, S. (2017). *Museum professionals in the digital era: agents of change and innovation*.
- ICOM Italia (2017), *Professionalità e funzioni essenziali del museo alla luce della riforma dei musei statali*. Quaderno 2, Novembre 2017.
- Piacentini T., (2010). *Brincadeiras infantis na Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes.
- Simon, N. (2010). *The participatory museum*. Santa Cruz (CA): Museum 2.0.
- Thompson, S. (2010). Web 2.0 technologies and the museum. In *Emerging Digital Spaces in Contemporary Society* (pp. 56-58). Palgrave Macmillan, London.