



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 42 Anno 2020

Iscrizione al Tribunale della Stampa di Roma n. 344 del 05/08/2010

15th Edition

RAVELLO International Forum
LAB 2020

NUMERO SPECIALE

Atti XV edizione Ravello Lab
**L'ITALIA E L'EUROPA ALLA
PROVA DELL'EMERGENZA:**
*Un nuovo paradigma
per la cultura*

Ravello 15/17 ottobre 2020



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di Redazione

Alfonso Andria	
L'Italia e l'Europa alla prova dell'emergenza: un nuovo paradigma per la cultura	8
Pietro Graziani	
Scenari futuri post COVID 19	10

Contributi

Andrea Cancellato	
Il <i>management</i> culturale italiano volano e garanzia per la ripresa della vita culturale	14
Francesco Caruso	
Il Futuro dell'Europa. Le occasioni da cogliere. Un ruolo per il Centro di Ravello	16
Pier Virgilio Dastoli	
La Cultura al centro del dibattito sul futuro dell'Europa	20
Patrizia Nardi	
Patrimoni UNESCO. Buone pratiche di salvaguardia del patrimonio culturale immateriale al tempo del Covid	24
Paolo Russo	
Dietro la "Rete" una grande comunità che è attrice e spettatrice	40
Erminia Sciacchitano	
Il contributo di Ravello Lab alla Conferenza sul futuro dell'Europa	42
Vincenzo Trione	
Il museo: tra online e offline	44
Leandro Ventura	
Il risarcimento di un'assenza	50
Alessandra Vittorini	
Le competenze per il patrimonio culturale: gestire la complessità	54

Panel 1: La sostenibilità delle imprese culturali post Covid

Adalgiso Amendola	
Dal <i>management</i> del patrimonio culturale alla <i>governance</i> dello sviluppo "culture led"	64
Claudio Bocci	
Luoghi della cultura e sviluppo territoriale	72
Paola Raffaella David	
Gestione dei 'luoghi della cultura' e sostegno alle imprese culturali	80
Federica Epifani, Gerald Wagenhofer	
Saper innovare nel settore culturale: il progetto INCREAS	86
Paolo Giulierini, Daniela Savy	
Il Quartiere della Cultura Mediterranea a Napoli. La sostenibilità delle imprese culturali post Covid	92
Samanta Isaia	
La sostenibilità economica e sociale dei musei post-Covid	98
Salvatore Claudio La Rocca	
Quale cultura, quale sviluppo?	102
Francesco Mannino	
Imprese culturali e crisi, chi deve fare cosa	110
Mita Marra	
Resilienza, digitalizzazione e scalabilità. Brevi note sulla valutazione dell'offerta culturale in tempi di crisi	114

Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Marcello Minuti	
Sfide post COVID e patrimonio diffuso: ingredienti per l'innovazione gestionale	120
Stefania Monteverde	
Un faro per una navigazione sicura: la sostenibilità culturale delle comunità locali	124
Giovanni Pescatori	
Il risparmio energetico come sostegno alla filiera delle imprese culturali	132
Fabio Pollice	
Dalla visione all'azione. La Cultura per il rilancio del Paese	138
Sergio Valentini	
Nuovi Equilibri, Nuove Sfide	148

Panel 2: Progettazione, gestione e sostenibilità nell'era digitale

Maria Grazia Bellisario	
Cultura e nuove tecnologie per l'inclusione	162
Salvatore Aurelio Bruno	
Programmazione e motivi di eleggibilità a finanziamento di un "flagship project" per un "nuovo lascito di beni culturali digitalizzati"	168
Annalisa Cicerchia	
Una rilevazione online sui pubblici dei musei durante il lockdown	176
Sandro Debono	
Quali futuri per il museo post-Covid19?	180
Giuseppe Di Vietri	
Fotografare cultura. Una diversa prospettiva per le politiche e le pratiche pubbliche	184
Valeria Fascione	
Tecnologia, apertura internazionale e <i>open innovation</i> come soluzioni permanenti per la valorizzazione e la tutela del patrimonio culturale	192
Alberto Garlandini	
La ripartenza dei musei: innovazione, ricerca, ruolo sociale	196
Antonello Grimaldi	
Ripartiamo da... RavelloLab 2020!	202
Anna Maria Marras	
Trasformazione digitale e inclusione per i musei e il patrimonio	206
Mirco Modolo	
Reinventare il patrimonio: il libero riuso dell'immagine digitale del bene culturale pubblico come leva di sviluppo nel post Covid1	210
Francesco Moneta	
L'Innovazione Digitale nelle Arti e nella Cultura e il rapporto con le Imprese	218
Erminia Sciacchitano	
La rigenerazione a base culturale. Il ruolo delle comunità digitali	220
Maurizio Vanni	
Ravello Lab. Il digitale indica le nuove strade della museologia?	224
Fabio Viola	
Da attrattori ad attivatori culturali	230
Appendice	
Gli altri partecipanti ai tavoli	237

Comitato di Redazione



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Presidente: Alfonso Andria

comunicazione@alfonsoandria.org

Direttore responsabile: Pietro Graziani

pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè

redazione@qaeditoria.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sclarocca@alice.it

Comitato di redazione

Claude Albore Livadie Responsabile settore
"Conoscenza del patrimonio culturale"

alborelivadie@libero.it

Jean-Paul Morel Archeologia, storia, cultura

moreljp77@gmail.com

Max Schvoerer Scienze e materiali del
patrimonio culturale
Beni librari,
documentali, audiovisivi

schvoerer@orange.fr

Francesco Caruso Responsabile settore

"Cultura come fattore di sviluppo"

francescocaruso@hotmail.it

Piero Pierotti Territorio storico,
ambiente, paesaggio

pieropierotti.pisa@gmail.com

Ferruccio Ferrigni Rischi e patrimonio culturale

ferrigni@unina.it

Dieter Richter Responsabile settore
"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

dieterrichter@uni-bremen.de

Informatica e beni culturali

Matilde Romito Studio, tutela e fruizione
del patrimonio culturale

matilderomito@gmail.com

Adalgiso Amendola Osservatorio europeo
sul turismo culturale

adamendola@unisa.it

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

univeur@univeur.org

Monica Valiante

Velia Di Riso

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

Per consultare i numeri
precedenti e i titoli delle
pubblicazioni del CUEBC:
www.univeur.org - sezione
pubblicazioni

Per commentare
gli articoli:
univeur@univeur.org

Info

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali

Villa Rufolo - 84010 Ravello (SA)

Tel. +39 089 857669 - 089 858195 - Fax +39 089 857711

univeur@univeur.org - www.univeur.org

Main Sponsors:



ISSN 2280-9376

Da attrattori ad attivatori culturali

Fabio Viola



Come ancora di salvezza nell'imperscrutabile orizzonte pandemico, molte organizzazioni pubbliche e private hanno accelerato la loro corsa verso il digitale. Un fiorire di tour virtuali, passeggiate dei direttori via Youtube, podcast su Audible, digitalizzazione delle opere, apertura di account su TikTok, eventi e webinar su Zoom, didattica su Meet.

Questa risposta rientra in un'ottica di **digitalizzazione**, da intendersi come il trasferimento di una esperienza, bene o processo precedentemente nato analogico verso una medesima controparte digitale. Quasi sempre un mero riversamento di contenuti da atomi a byte che, se da un lato può garantire una risposta in momenti di crisi come l'attuale ed il raggiungimento di taluni obiettivi specifici, dall'altra tenderà ad essere soccombente nel medio-lungo periodo. I pubblici continuano a preferire le esperienze originali alle copie, come già accaduto con la non transizione da libro cartaceo a supporti di lettura digitali. Dopo un iniziale entusiasmo e boom di vendite, le curve dell'e-reader Amazon sono crollate¹ dimostrando come la mera trasposizione da un medium in un altro è destinata ad avere vita breve se non sostenuta da un radicale ripensamento di quell'esperienza. La forma libro si è consolidata nell'ultimo mezzo millennio e non sarà scalzata da un supporto che, pur con alcuni vantaggi, non cambia drasticamente le modalità di produzione e consumo; anche su Kindle i libri continuano a leggersi dalla prima all'ultima pagina, da destra a sinistra e con lo stesso alfabeto. Lo stesso andamento è stato certificato dai flussi digitali dei visitatori dei musei che, dopo un surplus di esposizione digitale, hanno disertato in massa molte delle iniziative lanciate dai nostri musei, teatri e biblioteche.

La tecnologia da sola non è in grado di innovare, nessuna rotta è tracciata dalla realtà virtuale, big data o intelligenza artificiale. Sono sempre e solo strumenti, sempre più performanti e facilmente accessibili, nelle mani di creativi in grado di immaginare il futuro.

La reazione legittima di fronte ad una innovazione è cercare di approcciarla (o osteggiarla) leggendola in base ai set cognitivi e culturali dei media coi quali siamo cresciuti. È stato così con la fotografia che nella sua fase iniziale ricalcava le orme della pittura, il cinema di inizi '900 visto da tanti autori teatrali come un deterioramento dell'esperienza teatrale e, più recentemente, i videogiochi trattati come pura appendice di escapismo rispetto alle cose ben più importanti della realtà.

Quasi in antitesi troviamo le produzioni **digitali native**, in cui

¹ <https://www.primaonline.it/2015/09/04/212483/crollano-le-vendite-dellebook-kindle-amazon-registra-il-24-in-meno-degli-acquisti-solo-nei-primi-sei-mesi-di-questanno/>.

contenuto e contenitore nascono sincronicamente creando spesso modelli di rottura rispetto allo *status quo*. È fondamentale capire che i nuovi media non tolgono valore a ciò che c'era prima ma semmai contribuiscono a rendere ancora più classico ed eterno il valore della pittura, scultura, cinema o architettura. Ad esempio in un'epoca di mostre immersive, il valore degli autori rappresentati in proiezione non solo non diminuisce ma tende ad aumentare perché l'originale si giova della moltiplicazione del suo apparire. La riproducibilità di un bene culturale andrebbe incentivata e mai ostacolata.

I 12 milioni² di spettatori che hanno assistito la scorsa primavera al concerto del rapper americano Travis Scott all'interno del videogioco Fortnite sono la rappresentazione plastica di nuove modalità di creazione e partecipazione nella filiera culturale. Non solo una digitalizzazione del concerto attraverso l'avatar di Scott nello sparatutto online di Epic Games, ma una forma compenetrata ed ibrida tra esperienze in cui il concerto diventa parte integrante dell'esperienza di gioco ed offre opportunità di assistervi live ed in asincrono. Mentre si discute se dare agibilità per 100 o 200 posti in epoca pandemica, un solo evento ha totalizzato decine di milioni di spettatori altamente coinvolti generando un indotto economico e abilitando nuove figure professionali per il service tecnico.



Il Concerto di Travis Scott in Fortnite apre nuovi scenari per la musica dal vivo

Superare le logiche di digitalizzazione ed avventurarsi verso il nativo digitale porta con sé un allargamento strutturale della missione delle istituzioni culturali. Se fino ad oggi la dicotomia in atto sembrava essere quella tra conservazione e valorizzazione del patrimonio, oggi la sfida prospettica è il passaggio da

² <https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/9366303/travis-scott-fortnite-in-game-concert-draws-12-million-viewers>

luoghi di “consumo” verso centri di “produzione” culturale. Centrali culturali alimentate non solo dai lasciti del passato ma del combustibile creativo di cui dovrebbero circondarsi per diventare luoghi in cui si immagina, progetta ed esegue il futuro. Quanti sono pronti a raccogliere e portare realmente avanti questa sfida?

Penso al lavoro portato avanti dal “piccolo” Marino Marini di Firenze che è diventato, attraverso la sua call Playable Museum Award, un hub attrattivo per centinaia di progettisti e maker da tutto il mondo che concorrono ad immaginare il museo del futuro. Penso a quelle città che si sono ripensate drasticamente per diventare mete preferite dai *digital nomads*, creativi internazionali che decidono di diventarvi cittadini temporanei ed in quei mesi/anni portano know how e fondano start up o a quelle compagnie teatrali, Punchdrunks su tutte, che generano nuove mitologie contemporanee ribaltando la logica millenaria delle *piece* teatrali.

Produrre nuovi immaginari turistici e culturali significa parlare i linguaggi della contemporaneità, stravolgere modalità di trasmissione, ripensare le professionalità che compongono l'organigramma del nostro sistema culturale, aprirsi ad un dialogo paritetico, e sottolineo paritetico, con i cluster creativi, dare centralità a metodi di progettazione CON e PER i pubblici e comprendere che le nuove comunità di fruizione non sono più solo quelle geografiche ma diventano a geometria variabile internazionale. Ed in questo senso i luoghi della cultura perdono quell'aurea sacrale ed entrano nello scenario del vivere quotidiano dove Netflix, Spotify, Fortnite dominano la capacità di raggiungere, coinvolgere e trasferire informazioni ai larghi pubblici.

Questo non significa provare a rincorrere realtà che per missione e visione nascono profondamente diverse, ma sicuramente scrollarsi di dosso il mantra della **gentrificazione culturale**. Sono le persone a doversi adattare alle logiche di tempo e spazio di musei e città e raggiungerle fisicamente (o via digitalizzazione) oppure quei luoghi/messaggi culturali devono oggi adattarsi ad una molteplicità di pubblici e linguaggi al fine di raggiungere le persone nei tempi e negli spazi in cui esse si trovano?

Da una concezione di luogo culturale molto simile ad uno spettacolo teatrale o film in sala cinematografica, dove sono nettamente scanditi orari, tempi e liturgie del pubblico verso



il contenuto ad una che amo definire di cultura interattiva in cui i processi nativi digitali superano l'idea di spazio e tempo per rendere il contenuto multiforme, liquido, ubiquo ed accessibile con ritmi e set cognitivi e culturali personalizzati.

Le istituzioni culturali che riescono ad evolversi verso forme di produzione culturali sono quelle che si candidano ad una rilevanza nella contemporaneità del vivere. Sono quelle che non ottengono una immagine riflessa allo specchio di **attrattore culturale**, ma iniziano ad assumere le sembianze di **attivatori culturali**.

Ma cosa significa essere attivatori culturali nel XXI secolo? Portare il proprio messaggio, collezione, luogo liberamente verso l'esterno permettendo non solo forme di azione, interazione e protagonismo al loro interno ma finanche di riappropriazione e libera circolazione. Ed è così che il messaggio continua a vivere, rigenerarsi, evolversi fuori dal supporto originale nutrendosi della partecipazione di portatori di interesse e comunità che nascono intorno a quel contenuto e non più intorno al contenitore.

Prendiamo il lavoro portato avanti da oltre una decade dal Rijksmuseum di Amsterdam che, per primo, ha reso accessibile digitalmente in altissima risoluzione la propria collezione di opere. Fin qui parliamo di una, per quanto meritoria e pionieristica, operazione di digitalizzazione culturale. Siamo ancora

nell'alveo di forme di consumo culturale e di logiche da attrattore; il loro ingresso nell'attivazione culturale è derivato dalla possibilità di completo e libero uso e ri-uso di quelle opere senza dover chiedere (o pagare) alcun permesso al museo proprietario. Le opere travalicano il loro senso originale ed originario, entrano nella vita di individui sparsi per il mondo attraverso immagini che entrano nei packaging dei prodotti di largo consumo, collage di opere che circolano digitalmente. La potenza di fuoco dell'attrattore si alimenta della moltitudine di esperienze generate spontaneamente che perdurano nel tempo contribuendo a creare una nuova filiera valoriale dell'originale. Nell'epoca in cui viviamo larga parte del valore deriva dal numero di volte nel quale un contenuto è ripetuto e, soprattutto, dal numero di interpolazioni ed interazioni di cui è stato oggetto. La risultanza è non solo l'aumento di valore dell'opera originale ma anche del luogo in cui essa è contenuta contribuendo a creare quei famosi nuovi immaginari turistici e culturali di cui si parlava in precedenza.

Rijksmuseum Studio Award.



Questo corto circuito fisico/digitale, potremmo parlare di esperienza **phygital**, è oggi ben radicato nelle nuove generazioni e progetti come il videogioco *Assassin's Creed II* ambientato a Monteriggioni o le installazioni interattive del collettivo giapponese Teamlab o ancora l'edizione 2020 del festival di musica elettronica Tomorrowland ci ricordano gli impatti che nascono dalla interconnessione delle fasi PRE-DURANTE-POST esperienza.

Queste forme culturali aperte pongono domande nuove in merito al diritto d'autore, chi possiede i diritti della riproduzione alterata e contaminata? Se io introduco emozioni, capacità, visioni che rielaborano e trasformano l'originale la nascita "opera" non è forse mia? Mi piace pensare che siamo in un'epoca di non riproducibilità tecnica quando operiamo in forme di attivazione culturale, tanto più il messaggio iniziale si presta ad ibridazioni tanto più nascono **spettATTori e spett-tAutori**. Non più un trasferimento mono-direzionale del messaggio come accade in un libro, in un film, in un museo ma un DNA in cui l'autore diventa progressivamente spettatore e lo spettatore si trasforma in agente attivo. Un passaggio da forme di storytelling a forme di storydoing che altera nel DNA la relazione tra le parti e ci apre la strada verso una stagione di cultura di **TANTI perTANTI**. Quante istituzioni culturali sono pronte a superare le logiche di arroccamento di una cultura di pochi (nel senso di chi la produce e dirige) per pochi (coloro i quali la fruiscono) verso forme sempre più aperte in cui si allarga enormemente la platea di chi crea contenuti e di conseguenza dei pubblici in grado di interagirvi.

Fabio Viola

Docente universitario, autore di saggi e creatore di nuove geografie culturali. A lui si devono produzioni come Father and Son per il MANN di Napoli da oltre 4.5 milioni di download, A Life in Music per il Teatro Regio di Parma e The Medici Game per gli Uffizi.