

QUANDO L'INNOVAZIONE è cultura

UN'ANALISI DELLA FONDAZIONE COTEC ILLUSTRATA COME LE TECNOLOGIE DIGITALI POTENZIERANNO IL NOSTRO PATRIMONIO ARTISTICO E MONUMENTALE

di **FERDINANDO CRESPI**

ROMA - Il patrimonio culturale è la leva principale per l'identità italiana e costituisce una risorsa economica fondamentale per il nostro paese e per la sua competitività. È da considerazioni come queste che è stato concepito il volume "Innovazione e Cultura", il secondo titolo della collana "Innovazione e Competitività", lanciata dalla Cotec - Fondazione per l'innovazione tecnologica - con l'intento di sostenere e orientare la capacità innovativa e industriale italiana (ed. Sole 24 ore). Il progetto organico della Fondazione Cotec (www.cotec.it) è garantito e sostenuto dalla presidenza onoraria del Capo dello Stato, Carlo Azeglio Ciampi, che proprio nei giorni scorsi dalla Spagna, in occasione del convegno Cotec, ha rilanciato il tema della competitività e dell'innovazione del sistema Italia. La Fondazione Cotec ha la funzione di coordinamento delle politiche pubbliche per l'innovazione fra i dicasteri interessati, fra Stato e regioni e fra mondo industriale e sistema pubblico della ricerca e innovazione. Cotec è l'acronimo di "COoperazione TECnologica" poiché, insieme alla Fundación Cotec di Spagna e alla Associação Cotec del Portogallo, è impegnata nella messa a punto di proposte sulle politiche della ricerca e innovazione da presentare all'Unione Europea che creino momenti concreti di cooperazione fra questi 3 paesi, accomunati da molti aspetti (geografici, economici e culturali). "Innovazione e Cultura" offre un quadro esaustivo delle principali tecnologie applicate nei modelli di fruizione e gestione dei beni culturali, analizza alcuni casi nazionali e internazionali interessanti come buone prassi da imitare e traccia delle linee guida sul futuro, metten-



do in evidenza i gap da colmare e le potenzialità delle nuove tecnologie per sostenere la crescita del settore. "Dal 'libro dei sogni' al 'Libro Bianco' sulle nuove tecnologie applicate ai beni culturali", potremmo riassumere. Che, nel dettaglio, offre interessanti spaccati sulla realtà del nostro patrimonio culturale. Tanto per cominciare, la domanda culturale in Italia è in costante aumento, a fronte di un continuo calo di presenze turistiche in generale. L'affluenza in siti di proprietà statale dal 1996 al 2004 è passata da 25 a 32 milioni di visitatori. Il turismo culturale e verso le città d'arte costituisce il 28,1% del turismo in Italia, sia autoctono che straniero. La domanda culturale è rivolta sia al patrimonio fisico (28,5% degli italiani: musei, monumenti, aree archeologiche...) sia a fenomeni circoscritti nel tempo quali mostre ed esposizioni (preferito dal 22,6% degli italiani, tra i quali il 18% ne fa occasione di viaggio). È una domanda in espansione continua: il numero degli italiani che hanno visitato mostre temporanee è raddoppiato nel decennio 1990-2000 (siamo al 23%), anche se in Europa la media di chi ha visitato almeno una volta all'anno un museo è del 30%, col picco svedese, al 52%. Qualche

dato: i visitatori nel 2004 al Circuito archeologico Colosseo Palatino sono stati 3.523.315; 2.267.939 quelli andati agli Scavi vecchi e nuovi di Pompei, 3.457.412 sono stati i visitatori dei Musei Vaticani. Oltre 16 milioni i turisti che hanno visitato la Capitale. I grandi musei italiani attirano soprattutto

visitatori stranieri (il 54%, di cui europei nel 55% dei casi). Il pubblico italiano, in una indagine del 2.000, risulta composto nel 79% da visitatori laureati e diplomati. Il 16% dei visitatori italiani

sono studenti. In Italia, il 28% degli acquisti di ingressi è on-line, e il 23% degli italiani usa Internet per visitare siti dedicati ad "arte e cultura". Se oggi la realtà virtuale e l'innovazione continua rendono giorno per giorno, minuto per minuto, ormai vecchio e superato ciò che ieri era nuovo, il nostro patrimonio culturale, pur perenne, non deve rimanere prigioniero di torri d'avorio, né del freddo marmo o di qualche inaccessibile corridoio museale. Gli esempi di buone pratiche innovative nel settore culturale non mancano; alcuni, a vario titolo (dalla biglietteria on line alle audioguide, alla vendita di immagini alla disponibilità di tour on line fino alla catalogazione del patrimonio) possono essere citati: il si-

stema di Abbonamento Musei Torino Piemonte, la Campania Artecard, il Museo Poldi Pezzoli di Milano, la Basilica di San Marco, la Cappella della Santa Sindone del Guarini, il Museo del Cinema di Torino, la Galleria di Casa Buonarroti, il Sistema museale telematico Regione Abruzzo, i siti Electa, Alinari, NetArt. La rivoluzione copernicana dei valori e delle priorità della civiltà industriale prevede una sempre maggiore quota di vita dedicata al "tempo libero": con l'emergere di questa "economia dell'esperienza" non si produrranno più solo beni, ma servizi e ricordi. Tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ma anche dell'elettronica di consumo e di apparati e sensori, di cartellonistica

digitale, di targhe elettroniche, fino alla creazione dell'Osservatorio sull'applicazione delle tecnologie digitali al patrimonio culturale a Venezia. Iniziativa pregevole, perché la filiera del patrimonio culturale italiano ha tutte le potenzialità per creare ricchezza e non essere solamente una "voce di spesa", per creare lavoro e guadagno diffuso: i contenuti, la comunicazione, l'organizzazione e la gestione dei beni culturali richiedono manodopera, e creano ricchezza. Come ha ricordato Giuliano Urbani, ogni euro investito in cultura arriva a renderne altri sette. Per questo occorre creare una comunità di buone pratiche e avere il coraggio di investire, in una visione di medio termine, non di immediato ritorno.

“Anime sotto pelle”: ritratti di donne nella magia quotidiana

di **VALENTINA VILLANI**

ROMA - Entrare in punta di piedi nella vita delle persone cogliendo un momento, un attimo magico in cui l'obiettivo diventa un occhio discreto attraverso cui imprimere sulla pellicola l'immagine del soggetto fotografato. È questa la filosofia di Ilaria Franchini, fotografa toscana che per la prima volta si è affacciata sul panorama artistico romano. "Anime sotto pelle" è il titolo della sua esposizione, che si è conclusa nella capitale con un ottimo successo di pubblico e critica, al "Ristorart" di via dei Cluniacensi. Una personale caratterizzata da ritratti di donne che ripercorrono una silenziosa evoluzione dall'infanzia alla maturità. Le fotografie di Ilaria svelano l'essenza di un qualcosa che non è dato conoscere fino in fondo ma che suggerisce



una vita interiore, una presenza costante dell'anima che pur non mostrandosi, rimanendo sotto pelle appunto, parla e chiede di essere ascoltata. Le donne, protagoniste assolute di questa mostra, diventano quasi degli strumenti attraverso cui Ilaria Franchini racconta il modo in cui i suoi occhi

interpretano il mondo femminile, che spesso sembra rimanere sotterraneo ed imperscrutabile. Scatti in bianco e nero che conducono l'occhio dell'osservatore lungo un percorso che coglie momenti speciali, sguardi e gesti che manifestano il carattere dei soggetti. Nell'immobilità di un'im-

agine appesa ad un muro emerge un movimento continuo, un progressivo cambiamento in cui le luci e le ombre giocano un ruolo essenziale nello scandire il naturale scorrere degli attimi. Artista completa, da sempre appassionata al ritratto, prima pittorica, e poi fotografica, ha realizzato nel 2003, in provincia di Grosseto, la sua prima mostra personale cui è seguito un anno di studi presso l'"International Centre of Photography" di New York. E proprio le esperienze maturate durante il percorso artistico, professionale e di vita, hanno resa la Franchini un'attenta osservatrice del genere umano che in ogni momento, attraverso la sua arte, rappresenta il modo migliore per raccontare e stavolta dagherrotipare il suo punto di vista in un caleidoscopio di immagini di donna irripetibili.