

La Sezione Carta del Deutsches Museum

Günter Knerr

I musei si trovano oggi nel campo magnetico delle evoluzioni sociali. In virtù di un maggiore orientamento verso i visitatori, hanno acquisito un'importanza sempre maggiore in essi, accanto alla tradizionale funzione culturale, l'informazione (tecnica nel contesto sociale) e l'intrattenimento. Così i musei vengono potenziati per divenire centri di servizio, capaci di una vasta offerta di tipo formativo, informativo e di intrattenimento, entro cui i visitatori possono scegliere liberamente. Questa evoluzione ha influenzato il contenuto del museo, la comunicazione e l'allestimento. La nuova Sezione Carta del Deutsches Museum – che qui voglio illustrare – è uno spazio espositivo concepito sulla base di queste moderne esigenze.

Contenuto

I vari gruppi di pubblico nei grandi musei esigono offerte differenziate per quanto riguarda i contenuti.

Criteri generali utilizzati nella scelta dei contenuti

1. Un'offerta globale – con aspetti sociali, culturali, economici ed ecologici, che affiancano quelli tecnici – consente oggi di rivolgersi a gruppi di visitatori nuovi e sottorappresentati, per esempio alle donne.

2. I musei della tecnica – divenuti luoghi di formazione e informazione – devono trattare, accanto ai temi storici, anche fatti attuali, rappresentandone la rilevanza tecnica e sociale sia nei pregi sia nei difetti.

3. Le esposizioni non sono documenti immutabili, ma processi; in altre parole, esse devono essere attualizzate e ottimizzate in continuazione.

4. I visitatori possono recepire solo una piccola quantità di messaggi, perciò è necessario definire pochi messaggi essenziali e comunicarli in modo mirato.

Conseguenze pratiche per la Sezione Carta

Il pubblico trova qui un'offerta globale. Oltre alla descrizione dei processi tecnici, vengono illustrati l'uso della carta e la sua influenza sulla cultura; un'ampia trattazione illustra i riflessi sull'ecologia e il problema del riciclaggio. Un'analisi di mercato preliminare ci ha fornito informazioni essenziali circa le attese dei nostri visitatori, e ha costituito la base per attuare un'offerta di contenuti mirata alle loro esigenze. Il sistema multimediale ci consente di recepire nuovi sviluppi e di attualizzare il sistema, mentre i media tradizionali possono essere rinnovati rapidamente, poiché gli originali sono disponibili sotto forma di documenti digitalizzati e memorizzati.

Comunicazione

Oggi la comunicazione ha assunto un'importanza particolare. Questo vale sia nell'uso degli oggetti esposti sia nel contatto fra il pubblico e i collaboratori del museo.

Criteri generali per la comunicazione

Affinché i visitatori si lascino catturare dalla Sezione Carta e, in prospettiva, si affezionino al museo, occorre attivare e tenere desto il loro interesse personale. Elementi essenziali a tale fine sono:

1. il considerare che la testa, il cuore e la mano formano un'unità, e che pertanto le esposizioni devono essere progettate come spazi di esperienza vissuta;
2. l'uso diretto dei media e dell'interattività;
3. la decentralizzazione della comunicazione;
4. la personalizzazione dell'offerta;
5. la messa in atto di rapporti interpersonali.

Conseguenze per la Sezione Carta

1. Le esposizioni non devono occuparsi solo di ciò che coinvolge la testa del visitatore, vale a dire il suo lato intellettuale, poiché l'informazione agisce nel modo migliore quando si rivolge contemporaneamente alla testa, al cuore e alla mano. Le esperienze individuali, qualora siano ben programmate, possono raggiungere questo scopo. Grazie a un'ambientazione avvincente, tali esperienze consentono al visitatore di sintonizzarsi emotivamente con l'esposizione: attraverso l'accentuarsi del grado di attenzione e della crescita dell'interesse, diviene possibile l'identificazione del visitatore con i temi proposti. La Sezione Carta utilizza sia l'architettura nel suo complesso sia singoli ambiti di esperienza, che si snodano per l'intera rassegna. Per esempio:

- lo spazio "Dalla carta a mano alla macchina per la carta", nel cui contesto è esposta una macchina per la carta, prezioso cimelio storico;
- il settore a parete che illustra il tema "legno", in quanto materia prima della carta, attraverso un paesaggio boschivo proiettato sul fondale;
- la parete di cartone ondulato, che offre spazio alle vetrine senza disturbare la configurazione dell'esposizione;
- il sistema multimediale che viene proiettato su uno schermo mediante un *beamer*;
- le installazioni di "carta" realizzate da artisti.

2. Lo sperimentare e lo scoprire sono azioni che stimolano il visitatore e, attraverso una molteplicità di esperienze sensoriali, rendono interessante e divertente l'intero percorso. Nel contatto diretto con gli oggetti esposti, e attraverso la partecipazione di tutti i sensi, i visitatori possono dar corpo alle proprie immaginazioni,

affrancandosi dall'atteggiamento ricettivo e rafforzando la propria autonomia. Luoghi centrali per lo sviluppo di un'interazione sono il tavolo interattivo e il sistema multimediale. Nel primo, i visitatori ripiegano carte con il metodo dell'origami, provano la robustezza della carta o decifrano un testo braille. Dopo circa tre mesi di attività, il tavolo interattivo si è affermato come uno dei maggiori centri di interesse della rassegna. Anche quando l'afflusso del pubblico è scarso, il tavolo è quasi sempre occupato.

3. Decentralizzare la comunicazione significa anzitutto creare molteplici forme di approccio e distribuire le superfici delle comunicazioni testuali o visive sull'intero spazio espositivo. Caricature e testi inseriti sul pavimento sono per noi *amazing facts* ed elementi essenziali per la "navigazione" attraverso l'esposizione. Oltre a questi elementi, le immagini e i testi mutevoli del nostro sistema multimediale consentono la messa a fuoco mediale e spaziale della comunicazione. Anche l'uso dell'audio, come avviene all'ingresso dell'esposizione e presso il nostro distributore di modelli di piegatura della carta (che si possono asportare e conservare), sposta dall'occhio all'orecchio il mezzo di ricezione dell'informazione; possibilità, questa, che viene apprezzata da molti.

4. Per adeguare l'offerta alle esigenze del pubblico, la si deve strutturare in modo differenziato; solo così il visitatore troverà senza problemi ciò che più gli è confacente. Nell'esposizione, la personalizzazione è stata realizzata in vari modi:

- attraverso una stratificazione mediale, che permette ai visitatori di trovare le informazioni che cercano al livello più adeguato alla loro cultura, alla loro età ecc.;
- utilizzando il sistema multimediale non solo come un mezzo per trasmettere interattivamente contenuti, ma anche per personalizzarli, in modo che i visitatori possano scegliere le offerte di informazioni e le forme di intrattenimento che sono loro più confacenti;
- utilizzando le immagini come mezzo autonomo per sintonizzare i visitatori con l'esposizione, soprattutto grazie alla loro capacità di mettere in evidenza i fatti;
- facendo trovare ai visitatori, accanto ai testi, che sono comunque più succinti di quelli solitamente in uso nei musei, nuove forme comunicative, quali gli *amazing facts*, sotto forma di caricature o di testi proiettati con il sistema multimediale, che trasmettono in modo mirato messaggi essenziali sul tema della carta.

5. Per i visitatori è fondamentale il contatto diretto e personale con gli addetti all'esposizione. I nostri dimostratori possono essere di aiuto nella scelta dei percorsi e dei temi, nelle operazioni di piegatura della carta, per spiegare al singolo visitatore gli oggetti esposti o per effettuare dimostrazioni; soprattutto la fabbricazione a mano della carta è una dimostrazione particolarmente apprezzata.

Allestimento

Contenuti, comunicazione e allestimento sono interconnessi, per realizzare nell'insieme l'effetto globale della Sezione.

Criteri per l'allestimento

Insieme agli oggetti e ai media, l'allestimento deve orientare, ambientare e stimolare.

Per orientarsi nella Sezione Carta, i visitatori devono essere in grado di risalire dall'ambiente, che è sotto i loro occhi, ai contenuti e alle informazioni sottese.

L'ambiente di un museo, arduo da descrivere, nasce dall'effetto combinato fra lo spazio d'insieme, gli spazi particolari, gli oggetti esposti e l'allestimento.

I musei non devono adoperarsi solo perché, al di là di un'atmosfera gradevole, i visitatori facciano continue esperienze sorprendenti, scelgano tra offerte finalizzate o ricevano stimoli per l'approfondimento.

Conseguenze nella Sezione Carta

La strutturazione globale dello spazio e le strutture differenziate di ambientazione e di allestimento consentono al visitatore di scegliere il proprio percorso e di dedicarsi al settore che suscita il suo interesse; gli elementi di "navigazione" sul pavimento e le raffigurazioni visive fungono da supporti essenziali. Nella Sezione Carta oggetti e media sono combinati in modo da creare, in sintonia con l'illuminazione, con le scelte cromatiche, con il design dell'allestimento e con l'acustica ambientale, un'atmosfera gradevole. La cosa sembra riuscita, perché, come suggeriscono le nostre prime esperienze, i visitatori decidono spesso di soffermarsi nella Sezione per approfondirne le tematiche. Tutta la Sezione è mirata a stimolare. I visitatori possono aggirarsi liberamente, ricevendo sempre nuove impressioni: entrano in contatto diretto con la carta al tavolo interattivo e utilizzano un sistema multimediale altamente interattivo.

I contenuti, il sistema di comunicazione e l'allestimento descritti, nonché la loro interconnessione, creano le premesse indispensabili affinché i visitatori trovino i temi loro confacenti e li affrontino a livello e nei modi adeguati alle proprie possibilità. Ciò spinge il visitatore a soffermarsi più a lungo nella Sezione, premessa essenziale per l'adempimento del nostro compito di formazione e di informazione.

Günter Knerr è uno dei direttori del Deutsches Museum di Monaco.