

TEMI E ANALISI

Se un leone potesse parlare, noi non potremmo capirlo. La comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale

di Giovanni Michetti

Introduzione

«Se un leone potesse parlare, noi non potremmo capirlo»¹. Prendiamo in prestito questo pensiero da Ludwig Wittgenstein, forzandone lievemente l'interpretazione, perché è un buon punto di partenza per affrontare il tema della comunicazione in ambiente digitale secondo una prospettiva di ampio respiro. Questa frase esprime in maniera molto efficace un concetto profondo: il linguaggio è espressione della nostra evoluzione e della nostra esperienza nel mondo. Pur con le inevitabili approssimazioni, noi possiamo tradurre da una lingua all'altra, perché tutte le lingue umane sono basate su una umanità comune, cioè sulla condivisione di ciò che alcuni antropologi chiamano 'gli universali', come la gioia, il dolore, la fame o la rabbia². Invece, un leone non può condividere con noi questi universali. Non sappiamo praticamente nulla di

GIOVANNI MICHETTI, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di lettere e culture moderne, Roma, e-mail giovanni.michetti@uniroma1.it.

Relazione presentata al terzo Congresso nazionale MAB "Comunicare il patrimonio culturale in ambiente digitale" (Roma, 23-24 novembre 2017).

Immagini tratte da Wikimedia commons con licenza libera di riuso.

Ultima consultazione dei siti web: 28 agosto 2018.

1 Ludwig Wittgenstein, *Ricerche filosofiche*. Torino: Einaudi, 1967, p. 292.

2 Il concetto di universale antropologico sembra perfettamente adeguato in questo contesto per fare riferimento alla differenza fra l'esperienza di un uomo e quella di un leone. Tuttavia, è bene ricordare che molti studiosi hanno criticato severamente tale concetto. A questo proposito, condividiamo pienamente le parole di Michel Foucault: «Innanzitutto, uno scetticismo sistematico nei confronti di tutti gli universali antropologici, il che non significa un rifiuto immediato, generale e definitivo, ma che non bisogna ammettere nulla di quest'ordine che non sia rigorosamente indispensabile; tutto quello che ci viene proposto nel nostro sapere come universalmente valido, per quanto riguarda la natura umana o le categorie che possono essere applicate al soggetto, necessita di essere verificato e analizzato [...]. La prima regola di metodo [...] è perciò questa: aggirare il più possibile gli universali antropologici [...] per interrogarli nella loro costituzione storica». Cfr. Michel Foucault, *Antologia: l'impazienza della libertà*. Milano: Feltrinelli, 2005, p. 3-4. Edgar Morin usa parole altrettanto limpide: «Occorre rompere con quella

come il leone viva il mondo, del suo fiutare le prede, del suo sbranare o del suo sonnecchiare al sole. E anzi viene da chiedersi se in fondo il leone abiti il nostro stesso mondo. Ciò che rende il leone un essere leonino, la sua leoninità è qualcosa di così distante da noi dal punto di vista evolutivo, di così dissimile dalla nostra esperienza del mondo e nel mondo, da risaltarci totalmente incomprensibile. Ecco perché se un leone parlasse, noi non potremmo capirlo. Wittgenstein chiarisce meglio questo concetto: «Una cosa del genere si sperimenta quando si arriva in un paese che ha tradizioni che ci sono completamente estranee; e precisamente, anche quando si è padroni della lingua di quel paese. Non si *capiscono* gli uomini. (E non perché non si sappia che cosa quegli uomini dicano quando parlano a se stessi)»³.

Nasce qui l'analogia: anche noi, quando ci confrontiamo con l'ambiente digitale, in fondo arriviamo in un paese con tradizioni estranee alle nostre, nonostante siamo padroni della lingua di quel paese. Infatti, non v'è dubbio che sappiamo parlare il digitale, perché abbiamo creato noi i codici necessari per comunicare i significati in quell'ambiente e dunque sappiamo manipolare alla perfezione i sistemi di simboli – sia in senso tecnico-informatico che più latamente semiotico – che ne costituiscono la struttura⁴. E tuttavia quel mondo ha modelli e comportamenti che ci sono estranei, perché i meccanismi del suo funzionamento, gli algoritmi, le regole e le strutture che costituiscono gli universali di quel mondo, non appartengono alla nostra esperienza. Per quanto possiamo essere razionali, sentiamo aliene le logiche meccanicistiche del mondo binario, non solo in virtù di fattori emotivi o più latamente psicodinamici che orientano le nostre vite e che è lecito dubitare si possano mai digitalizzare, ma anche perché, pur riconoscendo che taluni processi – come ad esempio quelli cognitivi – possano essere imitati e replicati in maniera artificiale, tuttavia questo non ha nulla a che vedere con la nostra percezione di tali processi⁵.

concezione che considera gli universali antropologici della conoscenza come invarianti diversamente modulate secondo le varianti culturali, sociali, storiche. Al contrario, *l'espressione di questi universali dipende dalle condizioni culturali particolari che a loro volta dipendono dall'espressione di questi universali*. Cfr. Edgar Morin, *La conoscenza della conoscenza*. Milano: Feltrinelli, 1993, p. 261.

3 L. Wittgenstein, *Ricerche filosofiche* cit., p. 292.

4 Si fa qui riferimento al concetto di codice inteso come sistema semiotico in grado di stabilire una correlazione fra il piano dell'espressione e il piano del contenuto.

5 L'elemento qui rilevante è lo iato fra la nostra esperienza dei processi umani e la loro meccanizzazione, l'incapacità di riconoscere la natura umana nelle logiche formali sottese allo sviluppo di modelli in grado di simulare il comportamento umano. Siamo ben consapevoli che la nostra percezione di questi fenomeni potrebbe cambiare in futuro, perché la replica artificiale dei processi umani è un settore d'indagine tecno-scientifica che non conosce soste e che potrebbe condurre ad una modifica della nostra epistemologia e della nostra psicologia, se non addirittura della nostra fisiologia. Claude Lévi-Strauss ha postulato nel 1949, ben prima dell'avvento dei computer, l'esistenza di una logica binaria come elemento transculturale universale soggiacente al pensiero umano. In altre parole, uno schema di opposizioni e contrasti guida l'essere umano nella comprensione del mondo. Cfr. Claude Lévi-Strauss, *Le strutture elementari della parentela*. Milano: Feltrinelli, 2003. Gli studi sull'intelligenza artificiale hanno fornito le necessarie fondamenta teoriche per un approccio computazionale alle logiche del pensiero e dell'agire umano. Gli sviluppi tecnologici hanno fatto il resto, al punto che oggi si può candidamente affermare: «all processes, whether they are produced by human effort or occur spontaneously in nature, can be viewed as computations». Cfr. Stephen Wolfram, *A new kind of science*. Champaign: Wolfram Media, 2002, p. 715. Il corollario è immediato: il codice genera la natura. Come scrive

Comprendere il digitale

Ecco il perché della nostra domanda: che speranza abbiamo di comprendere il linguaggio del leone? Che possibilità abbiamo di percepire o comunicare appieno il significato degli oggetti nell'ambiente digitale? Si potrebbe obiettare che quegli oggetti appartengono alla nostra esperienza e dunque il passaggio all'ambiente digitale è solo un'azione di traduzione – che noi stessi compiamo – di un *datum* che ci è ben noto. Ma la verità è che, una volta compiuta questa mediazione e immersi gli oggetti nel magma digitale, questi acquistano una vita e un significato propri. Senza calcolare che non sempre il *datum* è riferibile ad una nostra azione cosciente e intenzionale, e addirittura può non appartenere alla nostra sfera esperienziale: come e più che nel mondo delle carte fisiche, le nostre azioni nel mondo digitale – mediate da sistemi, applicazioni e agenti automatici – generano un residuo di cui spesso non abbiamo contezza e su cui certo abbiamo scarso controllo. In altri termini, parlare di comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale significa prima di tutto comprendere il significato (filosofico, se si vuole) di questo spostamento dal tradizionale al digitale. In questo senso, condividiamo la posizione di Paul Goodman: «la tecnologia è una branca della filosofia morale, non della scienza»⁶. Con il suo solito spirito caustico, Neil Postman aggiunge un elemento di riflessione: «il che implica che i consigli di persone prive o quasi di prospettive filosofiche tendono ad essere aridi, se non addirittura pericolosi»⁷. È certamente *tranchant*, ma anche quest'affermazione può essere condivisa, a maggior ragione nel settore dei beni culturali, che come altri necessita di una visione solidamente fondata su un insieme di idealità con cui interpretare la complessità del reale, ma che più di altri può trovare al proprio interno i principi e i valori fondanti di una prospettiva che ne governi i processi e ne guidi lo sviluppo. Non intendiamo assumere atteggiamenti luddisti né rinnovare una dicotomia becera e stantia fra umanesimo e scienza, fra *hard science* e *soft science*. Vogliamo però insistere sulla necessità di comprendere il digitale, perché noi siamo digitali:

[i]n a world where we spend more time online than we do asleep and where everything from our televisions to our kettles can connect to the internet, digital is something we are. Understanding is not a race to be run and won. It is a lifelong process of learning, one unique to each of us⁸.

Hayles, «[i]n the Regime of Computation, code is understood as the discourse system that mirrors what happens in nature and that generates nature itself». Cfr. N. Katherine Hayles, *My mother was a computer: digital subjects and literary texts*. Chicago; London: University of Chicago Press, 2005, p. 27. Dunque, non sorprende che esista un gruppo di ricerca presso il MIT Media Lab dedicato esclusivamente al tema dell'affective computing («computing that relates to, arises from, or influences emotions», come definito nel 1995 da Rosalind Picard nel MIT technical report n. 321), il cui scopo è «to bridge the gap between human emotions and computational technology». In sostanza, si ritiene che i computer possono essere progettati per riconoscere, esprimere e avere emozioni umane. Cfr. <<https://www.media.mit.edu/groups/affective-computing/overview/>>.

⁶ «Whether or not it draws on new scientific research, technology is a branch of moral philosophy, not of science». Cfr. Paul Goodman, *Can technology be humane?*, «The New York review of books», 13 (1969), n. 9, <<https://www.nybooks.com/articles/1969/11/20/can-technology-be-humane/>>.

⁷ Neil Postman, *Come sopravvivere al futuro*. Milano: Orme, 2003, p. 71.

⁸ Martha Lane Fox, *House of Lords does digital*. 7 September 2017, <<https://medium.com/doteveryone/house-of-lords-does-digital-7ad7570bcob8>>.

E vogliamo evidenziare che in generale gli uomini affrontano la realtà attraverso codici e strumenti che hanno un contenuto pre-giudiziale che si frappone fra loro e la realtà, e che anzi danno senso e vita alla realtà. In particolare, le tecnologie non sono affatto neutre. Il mondo digitale non è neutro. Il web non è per nulla neutro⁹. E dunque, se si vuole affrontare il tema della comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale, occorre prima di tutto capire in che direzione ci stanno spingendo le tecnologie digitali. Dobbiamo leggere e usare le tecnologie con senso critico, perché ci siamo adattati alla realtà digitale, ma troppo spesso dimentichiamo il prezzo da pagare, che invece è necessario considerare con attenzione per comprendere cosa comunicare e come comunicare¹⁰. L'adattamento al digitale è ben più della scelta di un formato, di una procedura o di un software. Questi semmai sono aspetti conseguenti.

La dimensione psicologica

We shape technology as technology shapes us. [...] A sensible strategy to prepare for the endless changes of technological development is to search for more persistent values and ideals, which can then be expressed more or less successfully using the technology that happens to be today's fashion¹¹.

9 Ci si riferisce qui latamente alle tecnologie, alle politiche di sviluppo, ai contenuti, perfino alla geografia, e non all'accezione tecnica di neutralità della rete (*net neutrality*), cioè al principio in base al quale i fornitori di servizi in internet devono trattare tutti i dati allo stesso modo, senza alcuna discriminazione basata su qualsivoglia criterio, come il tipo di utenza, di contenuto o di piattaforma.

10 Come scrive Neil Postman, nella società digitale «interessa solo che ci si *adatti* al futuro tecnologico. Non [si] pone mai la questione di che cosa significhi, in termini psichici e sociali, adattarsi. Tutti sono più o meno in grado di adattarsi a qualsiasi cambiamento: i soldati si adattano ad uccidere, i bambini si adattano a rimanere senza padre, le donne riescono ad adattarsi ad un abuso. Sono sicuro che finiremo per abituarci a parlare più con le macchine che con gli uomini. Ma questa non è una risposta. È l'origine di una domanda; di molte domande, anzi. [...] La domanda più ovvia da porre riguarda a ogni nuova tecnologia – ad esempio, alla televisione interattiva, alla realtà virtuale, a internet, o perché no alle maniglie e ai tostapane che 'capiscono' il linguaggio umano – è questa: *Di quale problema questa tecnologia è la soluzione?* È doveroso porsi questa domanda perché ci sono tecnologie utilizzate – anzi, inventate – per risolvere problemi che nessuna persona normale giudicherebbe importanti. Ovviamente qualsiasi tecnologia può essere commercializzata in modo che ci si illuda della sua importanza, ma una persona intelligente e consapevole non ha bisogno di crederci». Cfr. N. Postman, *Come sopravvivere al futuro* cit., p. 66-68.

11 Jonas Löwgren; Erik Stolterman, *Thoughtful interaction design: a design perspective on information technology*. Cambridge (MA); London (GB): MIT Press, 2004, p. 170. Lo stesso concetto è espresso in maniera più sofisticata da Nancy Kaplan con particolare riferimento ai processi di scrittura e lettura, e alle ideologie soggiacenti alle tecnologie: «we need to examine the technologies closely but we also need to ask how and why these technologies have become available, who is attempting to shape their forms and effects, and to what ends. Nor must we forget that print, too, is a technology, imbricated with ideology. By that I mean simply that all social-technological formations like print or computers provide what Kenneth Burke has called "terministic screens" and what others call an ideology: a definition of what exists; an account of what things are good, beautiful, and worthy of our attention; and a set of implications about what scope of human action is possible. In short, all technologies of writing offer ontologies, aesthetics, and politics: all three constitute sites for contesting meanings

Non possiamo parlare di comunicazione prescindendo dalla dimensione psicologica e neurologica. Ormai sono sempre di più gli studi sull'impatto delle tecnologie digitali sulla nostra psiche e sulle nostre strutture cerebrali¹², a conferma che il rapporto fra l'uomo e la tecnologia è bidirezionale. Così come l'introduzione della scrittura, delle carte geografiche o dell'orologio hanno modificato drasticamente il nostro rapporto con la memoria, la nostra comprensione dello spazio e il nostro senso del tempo, così le tecnologie digitali «are radically shaping our perceptions and our interactions with and in the world»¹³, agendo addirittura a livello neurologico. Questo non sorprende: il cervello è un organo plastico che si modifica costantemente in seguito alle sollecitazioni. Ma ciò significa che mentre acquisiamo nuove abilità o potenziamo quelle che già abbiamo, contemporaneamente ne perdiamo altre: o usiamo i collegamenti sinaptici, o li perdiamo¹⁴. In effetti, secondo Susan Greenfield stiamo perdendo la nostra intelligenza, intesa come capacità di fare inferenze, stabilire relazioni e creare astrazioni al fine di comporre una visione del mondo articolata, complessa, critica¹⁵. Il cervello umano non è in grado di elaborare la vasta quantità di informazioni provenienti da una pletora di diver-

and control». Cfr. Nancy Kaplan, *E-literacies: politexts, hypertexts, and other cultural formations in the late age of print*, «Computer-mediated communication magazine», 2 (1995), n. 3, <<http://www.december.com/cmc/mag/1995/mar/kaplan.html>>. Non meno argutamente, prima della fondamentale lezione di McLuhan, «Harold Innis aveva intuito già negli anni Trenta che le nuove tecnologie alterano la struttura dei nostri interessi (le cose a cui pensiamo), cambiano il carattere dei nostri simboli (le cose con cui pensiamo), modificano la natura della comunità (il terreno in cui si sviluppano i nostri pensieri)». Cfr. Giovanni Michetti, «Le cose con cui pensiamo»: nuove tecnologie per gli archivi, «Culture del testo e del documento», 1 (2000), n. 3, p. 5-18: p. 6.

12 La letteratura in materia è vasta. A solo titolo di esempio citiamo alcuni titoli utili per approfondire il tema: V. K. Kool; Rita Agrawal, *Psychology of technology*. Cham (CH): Springer, 2016; Sheila Keegan, *Digital technologies are re-shaping our brains: what are the implications for society and the research industry?*, «Qualitative market research: an international journal», 15 (2012), n. 3, p. 328-346; Christian Montag; Sarah Diefenbach, *Towards homo digitalis: important research issues for psychology and the neurosciences at the dawn of the internet of things and the digital society*, «Sustainability», 10 (2018), n. 2, 415; Arlindo Oliveira, *The digital mind*. Cambridge (MA); London (GB): MIT Press, 2017. Segnaliamo anche un interessante *panel discussion* dal titolo «Our brain's development in a technological world», tenuto il 15 febbraio 2018 presso il Computer History Museum di Mountain View (CA). La registrazione è disponibile all'indirizzo <<https://www.youtube.com/watch?v=rq8P-25ybcc>>. Riferimenti al tema si trovano anche all'interno di saggi non dedicati specificamente all'argomento. Ad esempio, la sociologia studia da anni il fenomeno dei social media, ma solo recentemente sono state avanzate ipotesi sistematiche di ricerca sul rapporto tra reti neurali e social media: «[n]euroscientists can capitalize on the ubiquity of social media use to gain novel insights about social cognitive processes and the neural systems that support them». Cfr. Dar Meshi; Diana I. Tamir; Hauke R. Heekeren, *The emerging neuroscience of social media*, «Trends in cognitive sciences», 19 (2015), n. 12, p. 771-782: p. 771.

13 S. Keegan, *Digital technologies* cit., p. 333.

14 Secondo il Gruppo di ricerca del Semel Institute for Neuroscience and Human Development di Los Angeles l'uso di internet può aiutare a migliorare alcune funzioni cerebrali come il ragionamento complesso e il processo decisionale, ma ne corrompe altre, come le abilità d'interazione (*people skills*), inclusa l'empatia. Cfr. Gary Small; Gigi Vorgan, *iBrain: surviving the technological alteration of the modern mind*. New York: Harper Collins, 2008.

15 Susan Greenfield, *Mind change: how digital technologies are leaving their mark on our brains*. New York: Random House, 2015, *passim*.

se fonti, e questo conduce ad un degrado delle nostre capacità cognitive. Paradossalmente – ma non troppo – stiamo trasferendo queste capacità alle macchine: il passaggio dal web di documenti al web di dati va esattamente in questa direzione. Infatti, il web semantico si trova all'incrocio fra le tecnologie per il web e l'intelligenza artificiale. Non a caso l'articolo che nel 2001 introduce il termine 'web semantico' è dedicato alla storia di un bot, cioè un agente software che cerca un dottore, controlla l'agenda e prende appuntamenti¹⁶. Più che al significato, il termine 'semantico' «si riferisce ad assiomi computabili, del tipo: Se $A = B$, e $B = C$, allora $A = C$ »¹⁷. Tutto ciò, tradotto nell'ambito della comunicazione, significa che occorre cercare un bilanciamento fra opposte esigenze: da una parte la comunicazione dei beni culturali deve essere l'occasione per la costruzione di una coscienza critica, e quindi deve promuovere un approccio intelligente da parte dell'utente, incoraggiando la costruzione di relazioni, suggerendo ipotesi di ricerca e prospettive alternative, evitando facili concessioni alla pigrizia intellettuale¹⁸; dall'altra parte, la comunicazione in ambiente digitale deve sfruttare al meglio le potenzialità semantiche per semplificare ed estendere l'accesso alla conoscenza, proporre percorsi ed esplicitare – grazie alla potenza di calcolo dei computer e all'adozione di adeguate architetture di dati¹⁹ – relazioni che risultano invisibili all'occhio umano.

La dimensione etica

Every intellectual technology [...] embodies an intellectual ethic, a set of assumptions about how the human mind works or should work. [...] The intellectual ethic is the message that a medium or other tool transmits into the minds and culture of its users²⁰.

Il web semantico è lo spazio che progressivamente sta sostituendo il World Wide Web, uno spazio fondato ontologicamente²¹ sulla creazione di collegamenti che consentono ai dati di poter essere condivisi e riutilizzati in maniera automatica. Un pre-

16 Tim Berners-Lee; James Hendler; Ora Lassila, *The semantic web*, «Scientific American», 284 (2001), n. 5, p. 35-43.

17 Karen Coyle, *FRBR before and after: a look at our bibliographic models*. Chicago: American Library Association, 2016, p. 54, traduzione dell'autore.

18 «Dalle passioni crescono le opinioni; l'indolenza dell'intelletto le fa solidificare in convinzioni». Cfr. Friedrich Nietzsche, *Menschliches, Allzumenschliches: ein Buch für freie Geister. Erster Band*. Hamburg: Meiner, 2013, p. 339, traduzione dell'Autore. Questo è in realtà uno dei problemi cruciali delle società contemporanee, uno dei fattori critici che stanno contribuendo all'impoverimento del dibattito pubblico in qualunque ambito e su cui occorrerebbe intervenire seriamente per invertire un processo dalle conseguenze disastrose per la democrazia.

19 Si fa implicito riferimento al web semantico.

20 Nicholas Carr, *The shallows: what the internet is doing to our brains*. New York; London: Norton & Co., 2011, p. 45-46. Carr definisce (*ivi*, p. 44) "tecnologie intellettuali" tutti quegli strumenti usati per sostenere o estendere le nostre capacità intellettive, ad esempio al fine di trovare e classificare le informazioni, formulare e articolare idee, effettuare calcoli e misurazioni.

21 Qui si gioca con la duplice accezione del termine 'ontologia', facendo riferimento da una parte alla 'essenza' del web semantico, che risiede nel collegamento fra i dati; dall'altra, alle ontologie informatiche che popolano il web semantico e che consentono di sfruttare appieno le possibilità offerte dai collegamenti fra dati.

supposto fondamentale, però, è l'apertura dei dati, cioè la possibilità di farli uscire dai silos proprietari degli enti che li hanno prodotti o accumulati, e di renderli ricercabili (*findable*), accessibili, intelligibili e riusabili. Sotto il profilo della comunicazione ciò significa che occorre affrontare le sfide etiche che questo modello di pubblicazione dei dati propone: le ricerche e gli studi finanziati con soldi pubblici dovrebbero essere resi aperti (o meglio: *intelligently open*²²) così che possano essere ri-usati, ri-proposti e ri-mixati con altre risorse, dando vita a *mash-up* cui chiunque possa contribuire liberamente²³. Questa è la prospettiva che è stata adottata nella costruzione dei cosiddetti *FAIR principles*, pubblicati nel 2016: un insieme di principi mirati a rendere i dati *findable, accessible, interoperable* e *re-usable* (da cui l'acronimo FAIR). Tali principi sono agnostici rispetto alla tecnologia, indipendenti dalla disciplina e validi sia per gli uomini sia per le macchine²⁴. Comunicare gli archivi o le biblioteche significa dunque assumere delle scelte che promuovano o meno queste dinamiche. Non sono necessarie sofisticate strategie: basti pensare ad esempio alla vetrina del sistema informativo, che potrebbe dare maggiore spazio a certi progetti – ergo, a certi dati – rispetto ad altri; oppure, si può pensare a strategie più severe, che vincolino l'esposizione pubblica dei dati a requisiti di apertura, come ad esempio quelli suggeriti dai *FAIR principles*.

La dimensione politica

Early work on the link between knowledge and policy focused predominantly on the rational role of science and research; models then began to incorporate an understanding of the pragmatic and often opportunistic ways in which policymakers draw on different sources²⁵.

22 La necessità di una *intelligent openness* dei dati di ricerca scientifica è stata promossa dalla Royal Society nel 2012: «intelligent openness: data must be accessible and readily located; they must be intelligible to those who wish to scrutinise them; data must be assessable so that judgments can be made about their reliability and the competence of those who created them; and they must be usable by others». Cfr. The Royal Society, *Science as an open enterprise: summary report*. June 2012, <<https://royalsociety.org/~media/policy/projects/sape/2012-06-20-saoe-summary.pdf>>. Tale rapporto è stato assunto a fondamento per la successiva elaborazione dei *FAIR principles*.

23 È d'obbligo notare che tale ibridazione di contenuti pone dei problemi enormi in relazione alla provenienza e all'autenticità, ma non è questa la sede per approfondire tale tema. Sul concetto di provenienza digitale nel dominio archivistico, si veda Giovanni Michetti, *Provenance in the archives: the challenge of the digital environment*. In: *Archives in liquid times*, edited by Frans Smit, Arnoud Glaudemans, Rienk Jonker. The Hague: Stichting Archiefpublicaties, 2017, p. 229-246.

24 I principi sono disponibili all'indirizzo <<https://www.force11.org/group/fairgroup/fairprinciples>>. Una discussione più estesa è disponibile in Mark D. Wilkinson [et al.], *The FAIR guiding principles of scientific data management and stewardship*, «Scientific data», 3 (2016), n. 160018, <<https://www.nature.com/articles/sdata201618>>, DOI: 10.1038/sdata.2016.18. Si noti che FAIR non equivale ad open: al proposito si veda Jennifer Hartmann, *Open research data: 'intelligently' open (FAIR revisited)*, «Open access week 2017», 17 ottobre 2017, <<https://mqlibraryoaweek.wordpress.com/2017/10/17/open-research-data-intelligently-open-fair-revisited/>>.

25 Nicola Jones [et al.], *Knowledge, policy and power: six dimensions of the knowledge-development policy interface*. London: Overseas Development Institute, 2009, p. 6.

Quasi come corollario delle considerazioni precedenti, non è possibile parlare di comunicazione senza tenere conto della dimensione politica in senso lato. Le logiche di apertura del web semantico promuovono la partecipazione ad un ambiente collaborativo esteso – teoricamente globale – che tuttavia deve essere reso coerente in qualche modo con i programmi, le strategie e le politiche delle specifiche comunità che aderiscono al modello partecipativo, siano esse a carattere locale, nazionale, professionale o di altro tipo. La comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale dovrebbe cioè avvenire secondo un programma e una strategia definiti, che stabiliscano con chiarezza il rapporto fra locale, nazionale e internazionale (o sovranazionale), fra particolare e globale, fra privato e pubblico. Che tipo di conoscenza si vuole promuovere²⁶? Quali attori dovrebbero essere coinvolti nel processo comunicativo, e in che ruolo? Quali settori dovrebbero partecipare²⁷? Quali sono gli obiettivi o le aspettative? Come misurabili eventualmente? In maniera molto concreta, la scelta di un vocabolario di termini, di un set di metadati o di un'ontologia è condizionata in maniera evidente da questi aspetti. In tal senso, l'ambiente digitale non è diverso da quello tradizionale, poiché le scelte operative devono – *rectius*, dovrebbero – sempre essere coerenti con un disegno generale, sia esso di natura istituzionale, regolamentare o legislativo: modelli, architetture di dati, infrastrutture, strumentazioni sono variabili di una complessa equazione che dovrebbe essere impostata *ex ante*, secondo principi e direttive che indirizzino lo sviluppo non del singolo progetto, ma di un'idea di comunicazione (di cui il progetto risulti un'implementazione).

La dimensione sociale

Pluralism cannot just be equated with competition. It needs to mean more than this: namely media diversity supported by an open process of contests in which different social groups have the opportunity to express divergent views and values. This broader definition implies a commitment to extending freedom of expression, broadening the basis of self-determination, and promoting equitable outcomes informed by awareness of opposed opinions and interests²⁸.

Non si può parlare di comunicazione senza toccare minimamente l'aspetto sociale: vale la pena ricordare che, su oltre sette miliardi di abitanti della Terra²⁹, più di cinque miliardi hanno un telefonino³⁰, ma più di due miliardi di persone non

26 Al fine di promuovere un approccio basato su «multiple knowledges», alcuni autori distinguono fra *research-based knowledge* (derivata tipicamente da una ricerca di tipo accademico che va dall'esperimento di laboratorio allo spoglio bibliografico); *project and programme knowledge* (generata nel corso dello sviluppo di programmi e progetti); *participatory knowledge* (riferita alle prospettive e alle voci degli utenti). Cfr. N. Jones, *Knowledge* cit., p. 7-8.

27 «The dynamics of participation in policy dialogues vary markedly across sectors. Some sectors rely on very specific technocratic and legal evidence while others increasingly involve extensive consultation processes». Cfr. *ivi*, p. 16.

28 James Curran, *Rethinking media and democracy*. In: *Mass media and society*, edited by James Curran, Michael Gurevitch. London: Arnold, 2000, p. 120-154: p. 138.

29 Fonte: Worldometers, <<http://www.worldometers.info/world-population/>>.

30 Fonte: GSMA Intelligence, <<https://www.gsmainelligence.com/>>. Si noti che le connessioni sono addirittura più di otto miliardi, ma includono anche le connessioni M2M (*machine-to-machine*). Cfr.

hanno i servizi sanitari di base (bagni o latrine)³¹. Ciò ha delle implicazioni sul versante della comunicazione: in questa piccola parte del mondo occidentale, con un PIL pro capite che situa la penisola intorno al trentesimo posto fra i paesi più ricchi della terra³² (nonostante si navighi da anni sull'orlo del default e la percentuale di poveri cresca in maniera impressionante³³), spesso si dà per scontato che tutti abbiano accesso ad un computer e alla rete. Invece, in molte zone dell'Africa o dell'America Latina l'accesso a internet avviene prevalentemente con il telefono, quando avviene³⁴. Analogamente, gli utenti della rete non hanno tutti le stesse caratteristiche: non ci riferiamo solo a classici fattori – come ad esempio l'età, la geografia e il livello d'istruzione – che permettono d'individuare diverse tipologie d'utenza, ma anche ad aspetti tenuti solitamente in minor rilievo, come la capacità cognitiva, l'acutezza visiva, il daltonismo e in genere qualunque tipo di difficoltà fisica. Dunque, è evidente che 'comunicare il patrimonio sul web' assume significati totalmente diversi a seconda del contesto e del *target*. Eppure, con una certa dose di arroganza culturale, parliamo di comunicazione sul web dimenticando la varietà di situazioni e riducendo la pluralità e la complessità delle voci. Dal punto di vista tecnico, tali considerazioni – apparentemente distanti dal focus di questo saggio – hanno un impatto sulla comunicazione, perché ne determinano gli obiettivi, e quindi le strategie ed i contenuti. Ad esempio, l'utilizzo del design responsivo³⁵ nella progettazione di siti web può essere un modo non solo per includere nella comunicazione coloro che accedono ad internet esclusivamente tramite smartphone, ma anche per favorire l'accessibilità e venire incontro alle esigenze di chi abbia qualche difficoltà fisica. Più in generale, l'attenzione a tutte le fasce sociali e ai diversi gruppi di utenti è il prerequisito per progettare una comunicazione che sia veramente inclusiva e che consenta a tutti gli utenti di riconoscersi in una proposta culturale. In ambito archivistico, ad esempio, sono stati fatti molti passi in avanti in questa direzione: risalgono ormai ad una ventina di anni fa le prime discussioni sugli archivi di comunità (*com-*

Paul Sawers, *5 billion people now have a mobile phone connection, according to GSMA data*. 13 giugno 2017, <<https://venturebeat.com/2017/06/13/5-billion-people-now-have-a-mobile-phone-connection-according-to-gsma-data/>>.

31 Fonte: World Health Organization, <<http://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/sanitation>>.

32 Fonte: International Monetary Fund, <<http://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOORLD>>.

33 Fonte: ISTAT, *La povertà in Italia: anno 2016*. 13 luglio 2017, <https://www.istat.it/it/files//2017/07/Report_Povert%C3%A0_2016.pdf>. Per un'interpretazione dei dati Istat ed Eurostat in materia, si veda Andrea Brandolini, *Quanti sono i poveri in Italia?*. 13 febbraio 2018, <<http://www.neodemos.info/articoli/quanti-sono-i-poveri-in-italia/>>.

34 Meno della metà degli abitanti della Terra ha la possibilità di comunicare via internet. Si noti che la cifra complessiva non dà conto del fatto che la penetrazione di internet in Europa è circa dell'80%, mentre in Africa è circa del 20%. Cfr. Broadband Commission for Sustainable Development, *The state of broadband 2017: broadband catalyzing sustainable development*. 2017, <https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.18-2017-PDF-E.pdf>.

35 Il design responsivo è una tecnica di progettazione di siti web mirata a consentire l'adattamento grafico automatico del sito al dispositivo di visualizzazione, riducendo al minimo la necessità di ridimensionamento da parte dell'utente.

munity archives)³⁶, mentre l'archivio come strumento di *empowerment* del cittadino è un concetto consolidato nella disciplina e nella storia stessa degli archivi³⁷. Se poi volessimo affrontare il significato profondo di quel divario fra telefonini e latrine, dovremmo toccare il tema della giustizia sociale, uno degli ambiti in cui si stanno realizzando le contaminazioni più feconde fra archivi e altre discipline: Anne Gilliland sta svolgendo un prezioso lavoro in questa direzione leggendo e scavando gli archivi come rappresentazioni di conflitti (civili, religiosi, etnici, razziali) al fine di far emergere la pluralità delle voci ed il ruolo degli archivi nei processi di sensibilizzazione sui diritti umani e più in generale nella promozione di narrazioni alternative³⁸.

Social media e motori di ricerca

Is Google making us stupid³⁹?

Se parliamo di comunicazione sul web, non possiamo non considerare l'impatto che i social media e i motori di ricerca hanno sulle nostre vite. La nostra impressione è che si continui ancora a progettare e implementare portali, sistemi e siti web come entità in una certa misura autonome, scommettendo sull'ipotesi che l'utente assuma quel portale, quel sistema, quel sito come punto di accesso privilegiato. Non è più così. Diversi studi dimostrano che il numero degli utenti che 'atterrano' sulle pagine di un sito specializzato provenendo da Google è impressionante. Questo dovrebbe generare un ripensamento delle pratiche descrittive, proprio con l'intento di trarre vantaggio da questa circostanza piuttosto che subirla passivamente. Purtroppo, componenti di rilievo della comunità scientifica e professionale non sembrano prestare la dovuta attenzione a questi aspetti: ad esempio, il nuovo modello descrittivo *Records in contexts* (RiC) proposto dal Consiglio internazionale degli archivi (ICA) dimostra la totale assenza di riflessione su questi temi, restando saldamente ancorato a vecchie soluzioni, incapace di interpretare ciò che è successo negli ultimi vent'anni⁴⁰. Così, mentre l'ICA lavora ad un modello che definisce circa 800

36 Significativo a questo proposito il titolo del 38° Convegno annuale dell'Association of Canadian Archivists: "Community as archives, archives as community" (Winnipeg, 13-15 giugno 2013). Per un'introduzione al tema, cfr. Andrew Flinn, *Community archives*. In: *Encyclopedia of archival science*, edited by Luciana Duranti, Patricia C. Franks. Lanham: Rowman & Littlefield, 2015, p. 145-149.

37 «[I]n democratic societies archives are meant to enable accountability by providing access that can empower citizens against potential maladministration, corruption and autocracy. In addition to, or perhaps instead of, protecting the entitlements of rulers and governments, such archives are meant to protect the rights of the governed. [...] Such archives are bastions of a just society». Cfr. Adrian Cunningham, *Archives as a place*. In: *Currents of archival thinking*, edited by Heather MacNeil, Terry Eastwood. Santa Barbara (CA): Libraries unlimited, 2017, p. 53-79.

38 Si veda ad esempio Anne J. Gilliland, *Networking records in their diaspora: a reconceptualisation of 'displaced records' in a postnational world*. In: *Displaced archives*, edited by James Lowry. London; New York: Routledge, 2017, p. 180-195.

39 Nicholas Carr, *Is Google making us stupid? What the internet is doing to our brains*, «The Atlantic monthly», 302 (2008), n. 1, p. 56-63.

40 ICA: Experts Group on Archival Description, *Records in contexts: a conceptual model for archival description. Consultation draft vo.1*. September 2016, <<https://www.ica.org/sites/default/files/RiC-CM-o.1.pdf>>.

relazioni⁴¹ e nonostante diverse autorevoli voci in tutto il mondo abbiano espresso critiche severe nei confronti di questa iniziativa⁴², altrove – ad esempio nel W3C – si costruiscono senza troppi pensieri e senza una solida presenza archivistica, vocabolari come Schema.org⁴³ che di fatto diventeranno la prima chiave di accesso ai contenuti archivistici e librari⁴⁴. Fra tutti i commenti critici nei confronti di *Records in contexts*, vale la pena evidenziare quelli avanzati da InterPARES Trust⁴⁵ sulla cor-

41 Per la precisione, il modello definisce 792 relazioni, stabilendo probabilmente un primato nel settore dei beni culturali: le 141 relazioni del pur complesso CIDOC CRM impallidiscono di fronte al RiC. La cifra *monstre* ha delle precise cause tecniche: adottando un approccio progettuale che – per usare un eufemismo – desta molte perplessità, molte relazioni sono espresse sia al presente che al passato (ad esempio, R14 *has part* e R13 *had part*, oppure R212 *owns* e R211 *owned*). Ad aumentare le perplessità sulla qualità dell'impianto progettuale, si aggiunga che molte relazioni sono espresse sia nella forma attiva che nella forma passiva (ad esempio, R4 *has subject* e R10 *is subject of*). Come noto agli esperti di modellazione e ontologie, esistono semplici soluzioni tecniche che permettono di evitare tale proliferazione di relazioni.

42 Alcuni commenti critici sono stati pubblicati sulla lista di discussione dedicata a RiC (cfr. <<http://lists.village.virginia.edu/mailman/options/ica-egad-ric>>) e sulla lista di discussione generale dell'ICA (cfr. <<http://www.ica.org/en/ica-list-serv>>). Chris Hurley ha pubblicato sul suo blog una critica piuttosto severa su RiC, aprendo il suo intervento con una considerazione concisa, ma molto efficace: «RiC is a conceptual model in search of a concept». Cfr. Chris Hurley, *RiC at Riga*, «Chris Hurley's Stuff», August 2017, <http://www.descriptionguy.com/images/WEBSITE/ric_at_riga.pdf>. William Maher, nel suo ruolo di presidente della sezione ICA sugli archivi di università e istituti di ricerca, ha sollevato alcuni ragionevoli e interessanti dubbi su RiC, con particolare riferimento al ruolo e alla missione dell'archivista. Cfr. William J. Maher, *ICA-SUV 2017 Conference summary*, 13 September 2017, <<https://icasuvblog.wordpress.com/2017/09/13/ica-suv-2017-conference-summary/>>. Anche Ross Spencer è intervenuto sul tema, partendo dalla considerazione che RiC descrive oltre settanta «potential record-to-record relations». Invece di cercare «an exhaustive list of every relation that might exist between two records», Spencer ha adottato un approccio diverso, individuando solo otto relazioni. Cfr. Ross Spencer, *Binary trees? Automatically identifying the links between born-digital records*, «Archives and manuscripts», 45 (2017), n. 2, p. 77-99.

43 <<https://schema.org/>>.

44 Ci si permetta di evidenziare anche la differenza di metodo: iniziative come Schema.org – ma ad esempio anche OAIS (Open archival information system) – sono completamente trasparenti. Non solo è possibile a chiunque partecipare, ma tutti i passi del processo di costruzione e revisione dei documenti sono pubblici: online sono disponibili tutti i commenti e – soprattutto – le risposte e le conseguenti scelte di modifica dei documenti (nel caso di OAIS queste sono addirittura concordate pubblicamente con chi propone il commento critico, cfr. <<http://review.oais.info/>>). Invece, l'ultima bozza di RiC è stata pubblicata nel settembre 2016. Da allora il gruppo di lavoro autore di RiC non ha pubblicato altro né ha ritenuto di dover rispondere ad alcuno dei commenti critici che sono stati sottoposti pubblicamente: il gruppo è al lavoro per definire la nuova versione del documento che – bontà loro – verrà pubblicato al termine del processo di revisione. Anche in questo, il lavoro dell'ICA si rivela antiquato: non è più il tempo di lavorare nelle segrete stanze, ma di adottare logiche collaborative aperte, pena il fallimento dell'iniziativa. Sotto questo profilo, appare del tutto inopportuna anche la forte discrezionalità con cui sono stati scelti i membri del gruppo di lavoro: «[t]he chair [...] shall be appointed by the Executive Board [...]. The secretary and other members shall be appointed by the Vice President Programme in consultation with the Secretary General». Cfr. <<https://www.ica.org/en/our-professional-programme/expert-groups>>.

45 InterPARES Trust è un progetto di ricerca cui collaborano centinaia di ricercatori di tutto il mondo. Cfr. <<https://interparestrust.org/>>.

rettezza e trasparenza del processo, sulla metodologia e sul modello stesso. La dichiarazione conclusiva del documento elaborato da InterPARES Trust non lascia molti margini d'interpretazione:

In short, we find that RiC-CM is weak as a model, in that it neither defines the structures it uses (entity, property, relation) nor provides a rationale for their use. A conceptual model should identify and define the fundamental *bricks* used to build the model. [...] Ultimately, the document fails to adequately address a model for discovery of archival resources, a model that accommodates multiple users and uses. [...] EGAD and ICA should re-start the development process on a new, transparent and fair basis [...]⁴⁶.

Tornando al ruolo dei motori di ricerca e dei social media nel contesto della comunicazione del patrimonio culturale, vale la pena spendere due parole su uno dei temi più in voga al momento: la depersonalizzazione⁴⁷. La ricerca personalizzata (*personalized search*) si riferisce alle esperienze di ricerca sul web che sono tagliate su misura (personalizzate, appunto) sulla base degli interessi dell'utente, incorporando nella specifica query alcune informazioni sull'utente, catturate nello spazio del suo agire digitale. In linea di massima, la personalizzazione dei risultati di ricerca implica la modifica della query stessa (con l'aggiunta di ulteriori parametri e informazioni) o la riclassificazione dei risultati di ricerca. Questo da una parte semplifica la gestione delle informazioni, ma dall'altra parte confina l'utente all'interno di spazi informativi che conservano, amplificano e rinforzano idee, concetti e convinzioni dello stesso tipo, creando le cosiddette camere dell'eco (*echo chambers*). Le camere dell'eco creano un effetto di polarizzazione impedendo o rendendo comunque difficoltoso l'accesso a informazioni alternative. Ad esempio, società come Facebook, Google e Twitter hanno creato degli algoritmi di personalizzazione che forniscono specifiche informazioni ai canali delle news degli utenti: di fatto, si tratta della tradizionale funzione svolta dall'editore. Si tratta di un problema molto serio, tanto che Cass Sunstein raccomanda agli utenti di uscire dalla bolla⁴⁸:

In a well-functioning democracy, people do not live in echo chambers or information cocoons. They see and hear a wide range of topics and ideas. They do so even if they did not, and would not, choose to see and hear those topics and those ideas in advance. [...] Louis Brandeis [...] insisted that the biggest threat to freedom is 'an inert people'. To avoid inertness, a democratic public must certainly be free from censorship. But the system of free expression must do far more than avoid censorship; it must ensure that people are exposed to competing perspectives⁴⁹.

46 InterPARES Trust, *Comments on 'Records in context'*. 10 December 2016, p. 7-8, <https://interparestrustblog.files.wordpress.com/2016/12/interparestrust_commentsonric_final2.pdf>.

47 Non a caso il programma della 40^a Conferenza europea sull'information retrieval (Grenoble, 26-29 marzo 2018) ha previsto un workshop dedicato all'argomento. Cfr. <<http://www.ecir2018.org/programme/>>.

48 «The whole goal is [...] to escape any kind of bubble». Cfr. Cass R. Sunstein, *Is social media good or bad for democracy?*. 22 January 2018, <<https://newsroom.fb.com/news/2018/01/sunstein-democracy/>>. Cass Sunstein è il coautore di *Nudge*, il libro di maggior successo di Richard Thaler, vincitore del premio Nobel per l'economia nel 2017.

49 Cass R. Sunstein, *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2017, p. ix.

Lo stesso Sunstein suggerisce dei rimedi operativi: «Facebook e gli altri gestori di social media potrebbero – anzi, dovrebbero – darci la possibilità di confrontarci con idee diverse dalle nostre. In uno scenario piuttosto semplice, Facebook ci potrebbe chiedere ‘Vuoi vedere dei punti di vista diversi dai tuoi?’. Noi potremmo dire di no, ma io credo che molti cliccherebbero su una tale opzione»⁵⁰. Inoltre, si potrebbero creare strumenti *ad hoc*. Alcuni esistono già e sono pubblici: «c’è un’estensione per Chrome chiamata PolitEcho che dà alcune informazioni su pregiudizi politici che noi potremmo avere; il MIT ha creato un’app, FlipFeed, che permette di sostituire i nostri feed su Twitter con quelli di un utente anonimo che politicamente non la pensa come noi; c’è un’app per iPhone, Read Across the Aisle, che fa qualcosa del genere; Escape Your Bubble è un plugin che agisce sui feed di Facebook, inviandoci quelli opposti alla nostra visione politica; e così via»⁵¹.

Tutto questo ha un rilievo per la comunicazione del patrimonio culturale: come fare per evitare che i nostri utenti siano confinati nelle bolle dei nostri sistemi? È evidente che la creazione di portali e sistemi che permettano di interrogare i dati senza le tradizionali barriere disciplinari è un primo, importante passo. In questo senso – al netto di ragionevoli dubbi – crediamo debba essere vista con favore la decisione del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo di istituire un servizio Digital library per il coordinamento dei programmi di digitalizzazione del patrimonio culturale di competenza del Ministero⁵²: una prospettiva nazionale unitaria che auspicabilmente potrebbe consentire di aggregare logicamente e presentare coerentemente i contenuti digitali attualmente confinati all’interno di diversi sistemi informativi, con indubbi vantaggi per gli utenti⁵³. Ma questo non basta. Se vogliamo muovere un passo verso la depersonalizzazione, occorre progettare strumenti e soluzioni che sostengano una visione plurale, facilitino percorsi di serendipità, agevolino la creazione di comunità. Il *like* di Facebook polarizza, crea tribù, è ormai uno strumento per dichiarare un’approvazione per l’autore di un contenuto prima ancora che per il contenuto stesso. In questo senso, non abbiamo bisogno di *like* negli archivi, nelle biblioteche o nei musei. Ma potrebbero tornare utili i meccanismi adottati da portali di acquisti come Amazon: «Chi ha acquistato questo articolo, ha acquistato anche...» in ambito archivistico e librario potrebbe diventare «Chi ha consultato questo oggetto⁵⁴, ha consultato anche...». Certo, apparentemente anche questo sembrerebbe uno strumento di polarizzazione, perché evidenzerebbe percorsi di utenti che potrebbero avere interessi simili. In realtà, sappiamo bene che la consultazione del materiale archivistico e librario risponde alle esigenze più disparate, e quindi la condivisione dei percorsi di ricerca non genera una camera dell’eco, per-

50 Dan Kopf, *Social media’s effect on democracy is ‘Alexander Hamilton’s nightmare’*. 17 March 2017, traduzione con licenze dell’autore, <<https://qz.com/933150/cass-sunstein-says-social-medias-effect-on-democracy-is-alexander-hamiltons-nightmare/>>.

51 *Ibidem*.

52 Min. Beni culturali, d.min. 23/1/2017, n. 37.

53 Purtroppo l’Istituto centrale per il catalogo e la documentazione, responsabile del Servizio Digital library, ad oggi non ha realizzato alcun coordinamento dei programmi di digitalizzazione, a fronte di un consistente finanziamento ministeriale. Iniziative di questo genere necessitano di una direzione chiara, di un sostegno solido e di una guida autorevole, tali da creare il consenso fra tutti i soggetti coinvolti, pena il rischio di fallimento.

54 Sia esso libro, fascicolo, documento o altro.

ché generalmente non ci sono idealità o interessi esclusivi soggiacenti ad una ricerca archivistica o libraria.

Ci si consenta un brevissimo approfondimento sul tema dei social media. Gli archivi stanno oramai implementando e sviluppando servizi per catturare documenti dai fornitori di servizi sul Cloud, come ad esempio i provider di posta elettronica o i gestori delle piattaforme social. Nel caso dei social media, strumenti come EPADD, Social feed manager (SFM), ArchiveSocial, Thinkup o il Twitter archiving Google sheet, permettono – solitamente interagendo con le API dei servizi – di recuperare i contenuti dal Cloud. In particolare, i tweet contengono moltissimi metadati: cosa succede a tali metadati quando andiamo a recuperare i tweet dal cloud usando qualche specifico strumento, come ad esempio Social feed manager? L'applicativo raccoglie molti metadati che potenzialmente sono rilevanti non solo per tracciare l'origine e l'uso di un tweet, ma anche per fornire informazioni sul modo in cui l'archivista ha organizzato la raccolta dei tweet. Il problema è che l'applicativo conserva i metadati specifici del tweet all'interno di un file JSON⁵⁵ come parte di un file WARC⁵⁶. Questo significa che – ad esempio – i dati sulla provenienza non sono immediatamente accessibili, perché non vanno a popolare il database dell'applicativo. Inoltre, le risorse referenziate nel tweet (cioè il contenuto cosiddetto *embedded*, come immagini, video e pagine web) sono anch'esse contenute nel file WARC. Tali oggetti, come anche i metadati, possono ovviamente essere estratti, ma il costo di quest'operazione nonché la scelta dei metadati da estrarre possono risultare problemi niente affatto trascurabili⁵⁷.

Dunque, tornando al tema generale, tale esempio evidenzia un altro aspetto importante: comunicare il patrimonio sul web significa certo estendere il nostro panorama ad oggetti non tradizionali (come i tweet), ma significa anche considerare che la conservazione ha un ruolo determinante per garantire l'accesso nel tempo. Conservazione e accesso sono due facce della stessa medaglia: la comunicazione non si esaurisce nel mettere a disposizione, ma è un processo prolungato nel tempo, e come tale richiede una cura costante di tutto ciò che possa incidere su oggetti, attività ed agenti.

Servono idee, non strumenti

La difficoltà non è nelle nuove idee, ma nel fuggire le vecchie idee che, per coloro che sono stati educati come la maggior parte di noi, ramificano in ogni angolo della nostra mente⁵⁸.

55 JSON (acronimo per *JavaScript object notation*) è un formato di file aperto, molto usato per lo scambio di dati fra applicazioni client e server.

56 WARC (acronimo per *Web archive*) è un formato per l'archiviazione che aggrega più file digitali in un unico pacchetto insieme con le informazioni correlate. È formalmente riconosciuto come standard ISO 28500.

57 Una presentazione più approfondita dell'esempio è disponibile in Chris Prom; Giovanni Michetti; Katherine Timms, *Archival arrangement and description in the cloud: a preliminary analysis*. In: *Born digital in the cloud: challenges and solutions: contributions to the 21st Archival Science Colloquium*, edito da Karen Anderson, Irmgard Christa Becker, Luciana Duranti. Marburg: Archivschule Marburg, 2018.

58 «The difficulty lies, not in the new ideas, but in escaping from the old ones, which ramify, for those brought up as most of us have been, into every corner of our minds». Cfr. John Maynard Keynes, *The general theory of employment, interest, and money*. New York: Palgrave Macmillan, 2018, p. vii.

Insomma, quando si parla di comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale gli aspetti metodologici e concettuali vanno considerati prioritariamente, prima di affrontare i nodi tecnici e pratici. Più degli standard – o meglio: prima degli standard – occorre una prospettiva, un modello inteso non come formalizzazione astratta di processi e oggetti, bensì come idea del mondo e degli aspetti di rilievo per i nostri scopi. Lo ha scritto benissimo un secolo fa Antonio Gramsci, prima e meglio di tanti *evangelist* – come si fanno chiamare oggi – del web semantico:

Modello è lo schema tipico di un determinato fenomeno, di una determinata legge. Il succedersi in modo uniforme dei fatti permette di fissarne le leggi, di tracciarne gli schemi, di costruirne i modelli. Purché non si diano a queste astrazioni dell'intelletto valori assoluti, esse hanno una ragguardevole utilità pedagogica: servono mirabilmente per riuscire a collocarsi nel centro stesso dell'atto fenomenico che si svolge e va elaborando tutte le sue possibilità, tutte le sue tendenze finalistiche. E quando si è riusciti a compiere questo atto iniziale, il più è fatto: l'intelligenza riesce ormai a sorprendere il divenire del fatto, lo comprende nella sua totalità e quindi nella sua individualità. Il modello, la legge, lo schema sono in sostanza espedienti metodologici che aiutano a impadronirsi della realtà; sono espedienti critici per iniziarsi alla conoscenza e al saper esatto⁵⁹.

Per comunicare il patrimonio culturale sul web dobbiamo partire da qui. Se non padroneggiamo i nostri codici, saremo sempre succubi dei valori che questi veicolano, incapaci di comprenderli e di orientarli. Facciamo un esempio molto concreto: la figura 1 presenta una foto del *One world trade center* (più noto come *Freedom tower*), l'edificio costruito sulle macerie delle Torri gemelle a New York, accompagnata da un confronto schematico con l'altezza di altri importanti edifici a New York.

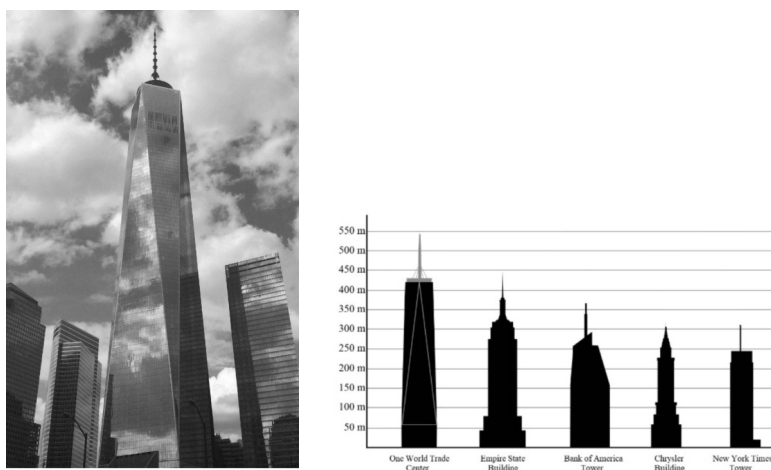


Figura 1 – Freedom Tower

⁵⁹ Antonio Gramsci, *Modello e realtà*, «La città futura: numero unico pubblicato dalla Federazione giovanile socialista piemontese», febbraio 1917, p. 3-4.

Se per esercizio si prova ad individuare le caratteristiche fondamentali, le proprietà, insomma i metadati con i quali descrivere l'edificio – ad esempio il nome, la data di costruzione e così via – comprensibilmente l'altezza è uno degli elementi informativi che viene immediatamente chiamato in causa. In particolare, è ragionevole che questo manufatto venga descritto come un edificio la cui altezza è 541 metri⁶⁰. Ma proprio qui si annida il problema. Il valore è corretto, e tuttavia questa descrizione è inappropriata, se non errata. Infatti, '541' non la dice tutta; anzi, questa descrizione è errata nella misura in cui non rappresenta parte del significato fondamentale dell'oggetto. I 541 metri equivalgono a 1776 piedi. Ecco il valore corretto: 1776 piedi. Questa è la 'vera' altezza, questo è l'obiettivo che si sono posti in fase di progettazione e costruzione dell'edificio, perché 1776 è l'anno in cui viene scritta e approvata dal Congresso la Dichiarazione d'indipendenza degli Stati Uniti d'America. Quindi, 1776 non è semplicemente un numero: è un simbolo di valori fondamentali, che diventa concreto attraverso la materialità dell'oggetto. L'edificio incorpora questi valori, è spiritualmente e fisicamente fondato su questi valori. Come tale, l'edificio rappresenta un complesso e profondo sistema di significati, in cui 1776 è l'elemento cardine, perché il significato dell'oggetto è basato su questo numero, non su 541. Ecco perché potremmo addirittura affermare che '541 metri' è una descrizione sbagliata. Gli archivisti sanno bene che questa perdita di significato nel passaggio dal sistema metrico decimale a quello imperiale non è un semplice problema di traduzione: ha a che vedere con la comprensione dell'oggetto⁶¹. Come scrive Tom Nesmith, parte del significato di un documento è inscritto in esso, ma spesso molto di ciò che lo rende intelligibile, non lo è. Quindi, la documentalità (*recordness*) di un documento, il suo essere ontologicamente un documento giace al di fuori dei suoi confini fisici e risiede all'interno del contesto in cui viene interpretato. Le decisioni dell'archivista (come pure le teorie archivistiche) danno forma a questo contesto di produzione di significato⁶².

Lo specifico esempio proposto è invero indipendente dall'ambiente digitale, ma vale come esempio dell'attenzione che dobbiamo porre alle strutture concettuali e

60 Non si tratta di una supposizione: per più anni abbiamo personalmente sottoposto questo esercizio agli studenti del corso di *Arrangement and description* del master in Scienze archivistiche presso l'Università del British Columbia (Vancouver). Sempre, senza alcuna eccezione, il manufatto è stato descritto come un edificio dotato di una proprietà (altezza) il cui valore è 541 metri.

61 È interessante notare come i nostri sistemi di riferimento culturale possano indurci in errore nell'interpretazione della realtà. L'esempio in discussione mostra che noi leggiamo la realtà con la metrica decimale; e si noti che – ben fuori di metafora – si tratta di una lettura fisica o con forti connotati di fisicità. Più in generale, la nostra visione della realtà è condizionata da un inevitabile sistema di pregiudizi culturali da cui non potremo mai svincolarci del tutto, ma che è nostro dovere riconoscere e limitare il più possibile. Sul tema, si veda Giovanni Michetti, *Unneutrality of archival standards and processes*. In: *Re:inventing information science in the networked society: proceedings of the 14th International Symposium on Information Science (ISI 2015), Zadar, 19-21 May 2015*, edited by Franjo Pehar, Christian Schlägl, Christian Wolff. Glückstadt: Verlag Werner Hülsbusch, 2015, p. 144-159. Preprint disponibile all'indirizzo <<https://www.dropbox.com/s/33m4zfx9s9z4sv/44-2015-Unneutrality.pdf?dl=0>>.

62 «Some of what makes a record meaningful is inscribed within it, but often much of what makes it intelligible is not. Thus most of a record's 'recordness' lies outside its physical borders within the context of its interpretation. The decisions archivists make (as well as the theories of archives they devise in order to make these choices) shape this meaning-making context significantly». Cfr. Tom Nesmith, *Still fuzzy but more accurate: some thoughts on the 'ghosts' of archival theory*, «Archivaria», 47 (1999), p. 136-150: p. 144.

metodologiche che – implicitamente o esplicitamente – adottiamo. Un’attenzione che è tanto più richiesta quanto più il nostro ambiente di riferimento si espande. E se arriva a coincidere con il web, allora è chiaro che dovremo fare uno sforzo per transitare dalle logiche dei sistemi chiusi verso i principi di apertura che informano il web semantico. Non si tratta di spostare un database o un sistema da un ambiente chiuso ad uno aperto. Si tratta di adottare un diverso paradigma. Certo, possiamo anche gestire i dati in maniera chiusa sul web semantico, usando paradossalmente tecnologie votate all’apertura (come OWL⁶³) all’interno di ambienti chiusi (ad esempio, per operazioni di controllo della qualità). Ma questo è un uso improprio delle tecnologie e dei principi che fondano il web semantico; e soprattutto può generare confusione. Infatti, nel web semantico valgono due principi fondamentali:

- L’*Open world assumption* (OWA) stabilisce che il web non è mai completo, quindi l’assenza di evidenza non è evidenza dell’assenza⁶⁴. Questo è un approccio completamente diverso da quello cui siamo stati abituati: l’assenza di una data in un database locale, supposto che i dati siano stati inseriti correttamente, viene normalmente interpretata come mancata attribuzione della data, cioè come evidenza della circostanza che la data non può essere attribuita⁶⁵. Nel web questa inferenza non vale. L’assenza della data significa solo che quell’elemento informativo non è stato popolato. Punto.

- Il principio della tripla A (*Anyone can say anything about anything*) stabilisce che non ci sono restrizioni su chi possa fornire informazioni sul web, su cosa si possa dire e su quali siano gli oggetti di cui si può dire. Chiunque può stabilire dei link alle risorse di chiunque. Il problema è che i collegamenti semantici effettuati usando RDF non sono semplici collegamenti come quelli di una volta, cioè collegamenti che garantivano l’ipertestualità e ci portavano da una parte all’altra, per così dire. I collegamenti semantici stabiliscono delle relazioni logiche, come ad esempio le relazioni di sussunzione (la risorsa X è una tipologia della risorsa Y) o di equivalenza. Ebbene, se costruiamo i nostri sistemi informativi con una logica di chiusura e poi *sic et simpliciter* li esponiamo sul web aperto possiamo trovarci nei pasticci.

Precisiamo questo concetto con un esempio archivistico, prendendo spunto da un esempio proposto da Karen Coyle⁶⁶. Nell’ambiente chiuso, noi potremmo ad esempio stabilire che il soggetto produttore è unico, cioè assegnare una cardinalità minima e massima pari a 1 all’elemento informativo che identifica il soggetto produttore. Quando comunichiamo il nostro patrimonio sul web e muoviamo i nostri dati in un ambiente aperto potrebbe succedere – proprio per perseguire le logiche del web semantico – di collegare le nostre risorse con altre che potrebbero aver adottato regole diverse: ad esempio, altri potrebbero aver stabilito – in relazione ai propri dati – che il soggetto produttore non sia unico. Nel web semantico questo non risulta come un errore. Le applicazioni che interpretano i dati ragionano più o meno come segue: 1) il soggetto produttore deve essere unico; 2) c’è una stessa entità collegata a due sog-

63 Il *Web ontology language*, noto in forma concisa come OWL, è una famiglia di linguaggi per la rappresentazione di conoscenza sotto forma di ontologie.

64 Ad esempio, l’assenza di una data di nascita non prova che la persona non sia nata.

65 Ovviamente un vaglio della qualità dei dati e l’uso della sigla ‘s.d.’ eliminerebbe l’ambiguità in tal senso.

66 K. Coyle, *FRBR* cit., p. 59.

getti produttori; 3) ergo, i due soggetti produttori sono in realtà lo stesso, cioè sono la stessa entità. In questo modo si mantiene la coerenza. Come si intuisce, tale approccio ha un impatto enorme sull'interpretazione degli oggetti. Dunque, anche sul piano concreto degli esempi è confermata la nostra osservazione teorica: ciò che conta non è l'adozione di una determinata tecnologia, bensì la comprensione delle dinamiche e delle logiche che sovrintendono a quella tecnologia.

Stiamo trasformando il WWW (*World wide web*) in un GGG (*Giant global graph*), per usare una felice espressione di Tim Berners-Lee⁶⁷. Il grafo è l'architettura che oggi accoglie i nostri dati, ed è un'architettura che offre molti vantaggi, «[m]a il suo elemento di forza – la possibilità di creare una rete di connessioni non gerarchiche potenzialmente espandibile all'infinito – può rivelarsi un limite. Perché è vero che [ad esempio] il limite di EAD sta nell'aver pensato la descrizione archivistica come oggetto documentale, cioè nell'aver sostanzialmente replicato digitalmente l'oggetto cartaceo; ma è anche vero che questo approccio trova ancora una sua giustificazione quando riconosciamo che la descrizione archivistica è un'opera in sé conclusa che, oltre a finalità pratico-gestionali, ha anche una fondamentale funzione di mediazione tra le fonti e gli utenti, in cui [...] è possibile riconoscere anche un ruolo di garanzia a sostegno dell'autenticità delle fonti. Nel grafo può risultare difficile riconoscere i confini di questa descrizione archivistica, per evidenti motivi: una volta accettato il 'principio della tripla A' (*Anyone can say anything about anything*) i collegamenti esplodono (ed è questo il fascino dei linked data), i confini svaniscono e l'utente può accedere direttamente da qualunque parte del grafo. In un certo senso, questa è una profonda forma di disintermediazione»⁶⁸.

Conclusioni

In conclusione, la comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale richiede certo il confronto con problemi pratici e concreti, ma fallisce il suo obiettivo se evita di porsi le domande esistenziali che sono state poste in questo saggio. In queste pagine abbiamo voluto sottolineare la necessità di non derogare da questo impegno e di non cedere alla tentazione della prassi: è nostro dovere fondare e sostenere il processo di comunicazione con una sana e meditata riflessione sulle ragioni, sui valori e sui metodi che guidano la nostra azione. A ben pensarci, questo è anche un modo per non cedere ad una diffusa attitudine tecnocratica che impone una continua rincorsa all'adozione acritica delle nuove tecnologie; ed è un modo per continuare a rinnovare il senso della professionalità archivistica e libraria, distinguendola almeno da quella dell'informatico. Solo così – per tornare alla domanda iniziale – avremo qualche speranza di comprendere il linguaggio del leone. Solo così potremo dare un senso – il nostro senso – alle strutture e alle dinamiche della comunicazione sul web. Lo ripetiamo a scanso di equivoci: vanno bene gli standard, i formati, le tecnologie. Ma prima di tutto abbiamo bisogno di modelli e di teorie per affrontare questi problemi. E se l'archivistica, la biblioteconomia o la museologia non bastano, si volga lo sguardo ad altre discipline:

⁶⁷ Tim Berners-Lee, *Giant global graph*. 21 November 2007, archiviato dall'originale all'indirizzo <<http://dig.csail.mit.edu/breadcrumbs/node/215>>.

⁶⁸ Giovanni Michetti, *Linked data nel dominio archivistico: rischi ed opportunità*. In: *Progressi dell'informazione e progresso delle conoscenze: granularità, interoperabilità e integrazione dei dati*, a cura di Roberto Raieli. Roma: AIB, 2017, p. 275-277: p. 275-276.

archivists must study concepts, laws and models from various fields to foster useful transfers to their own field, to encourage the development of archival theory in emerging areas of endeavour and investigation, to eliminate the duplication of theoretical efforts in different fields, and to promote consistency of scientific knowledge⁶⁹.

In questo senso, la *Human information interaction* (HII) può fornire molti spunti per inquadrare questi temi dentro una prospettiva unitaria; la teoria della comunicazione – almeno nella sua declinazione sociale e matematica – dovrebbe entrare stabilmente nel bagaglio di conoscenze della disciplina archivistica; alcuni concetti dalla teoria del design e della teoria dei sistemi possono favorire una comprensione più ampia di queste realtà; e non possiamo prescindere dagli studi su tecniche e metodi di visualizzazione dei dati, se vogliamo affrontare con serietà il tema della rappresentazione e comunicazione dei contenuti in ambiente digitale.

Ci servono teorie, concetti, modelli. Non dimentichiamolo mai: «Non c'è niente di più pratico di una buona teoria»⁷⁰.

Articolo proposto il 4 settembre 2018 e accettato il 2 ottobre 2018.

ABSTRACT AIB studi, vol. 58 n. 2 (maggio/agosto 2018), p. 205-224. DOI 10.2426/aibstudi-11820
ISSN: 2280-9112, E-ISSN:2239-6152

GIOVANNI MICHETTI, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di lettere e culture moderne, Roma, e-mail giovanni.michetti@uniroma1.it.

Se un leone potesse parlare, noi non potremmo capirlo. La comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale

Il saggio indaga il tema della comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale secondo una prospettiva di ampio respiro, evidenziando la necessità di comprendere il significato profondo dello spostamento dall'ambiente tradizionale a quello digitale. Infatti, l'adattamento al digitale non consiste soltanto nella scelta di un formato, di una procedura o di un software: è un processo complesso che coinvolge molti elementi e che muta perfino le nostre strutture cognitive. Per questo motivo, il saggio propone una lettura della dimensione psicologica, etica, politica e sociale – prima ancora che tecnica o di dominio – del tema della comunicazione, sulla base di un assunto fondamentale: la comunicazione del patrimonio culturale in ambiente digitale fallisce il suo obiettivo se evita di porsi domande di natura latamente filosofica. È necessario confrontarsi con standard, formati e tecnologie, ma prima di tutto c'è bisogno di modelli e di teorie – meglio ancora, di una visione multidimensionale – per affrontare con successo la comunicazione del patrimonio culturale.

69 Luciana Duranti; Giovanni Michetti, *The archival method*. In: *Research in the archival multiverse*, edited by Anne J. Gilliland, Sue McKemmish, Andrew J. Lau. Clayton (AU): Monash University Publishing, 2016, p. 75-95: p. 83.

70 «There is nothing as practical as a good theory». Kurt Lewin, *The complete social scientist: a Kurt Lewin reader*, edited by Martin Gold. Washington DC: American Psychological Association, 1999, p. 336.

If a lion could talk, we would not understand him. The communication of cultural heritage in the digital environment

This essay discusses the communication of cultural heritage in the digital environment adopting a broad perspective and highlighting the need to understand the deep meaning of the shift from the traditional to the digital environment. Adapting to the digital environment requires more than selecting a format, a procedure or a piece of software: it is a complex process that involves many different elements and changes our cognitive structures. Therefore, this essay explores the psychological, ethical, political and social dimension of communication before focusing on the technical aspects, on the basis of a fundamental assumption: communication of cultural heritage in the digital environment fails if it avoids asking philosophical questions. We need to deal with standards, formats and technologies, but first of all we need models and theories – rather, a multidimensional vision – if we want to succeed in communicating the cultural heritage.