Pisa Time Machine: analisi di un progetto surreale.

Appello al mondo della cultura per un ritorno alla realtà

Ci illudevamo che lo sperpero annunciato di denaro pubblico, all'epoca della disseminazione in città di nove totem multimediali per il progetto *Pisa - Walking in the City* (*PIUSS Percorsi Turistici*), costati € 1.700.000 e rimasti pressoché inutilizzati, fosse stato d'esempio, un pessimo esempio. Invece, com'è noto, la storia si ripete in farsa: cambiano le amministrazioni e lo sperpero rischia di ripetersi identico.

Abbiamo letto il progetto presentato dalla giunta comunale per l'Avviso pubblico del Ministero del Turismo – un dicastero amico, visto che è ancora a guida leghista – "riguardante l'individuazione di progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO". Si tratta di un progetto farneticante che, con vuota terminologia economicista, sfoggio di termini in inglese e conoscenze di marketing degne di un banditore d'aste televisive, cerca di giustificare l'ingiustificabile pur di ottenere un finanziamento che forse, per via politica, arriverà.

Sì, ma poi? Il turista in visita a una città che non conosce ne esplora le bellezze monumentali, i musei, le chiese, le particolarità culinarie, le strutture ricettive, tutto ciò che la città offre, interrogando sempre più spesso il proprio cellulare. Purtroppo l'abitudine a farci guidare ovunque dal nostro smartphone limita a volte il gusto della scoperta e ciò dovrebbe farci riflettere sui limiti di questo strumento. Tuttavia, se quel turista dovesse banalmente interrogare il proprio cellulare sugli orari di alcuni tra i principali musei cittadini – lo abbiamo detto e ripetuto, non occorre tornarci su – rimarrebbe deluso, perché è difficile trovare aperti sia i musei nazionali (le cui porte aprono per soli quattro brevi momenti al giorno) che quello di nuovissima fondazione dedicato alle navi romane (aperto due giorni e mezzo alla settimana), dipendente dalla Soprintendenza, ma anche quelli afferenti all'Università di Pisa (in questi mesi solo su prenotazione), nonché il tumulo etrusco di via San Jacopo, che dipende dal Comune (questo mese visitabile soltanto il 7 luglio). Musei a porte chiuse. La realtà è questa e nessuno sembra volerla cambiare, anzi nessuno pare conoscerla. Peccato che una delle principali raccomandazioni storiche dell'UNESCO sia l'apertura e l'accessibilità di tutti a tutti i musei (*Recommendation concerning the Most Effective Means of Rendering Museums Accessible to Everyone*, 1960), e a Pisa ciò dovrebbe valere al di là della Piazza del Duomo.

Ma torniamo al progetto, che prevede cinque interventi, uno più surreale dell'altro. Il primo s'intitola *Sistema di orientamento cittadino*, il che farebbe pensare ad una nuova app di supporto a Google Map. Macché! Vale la pena citare il progetto stesso per capire di cosa si tratta: "sostituire e aggiornare gli attuali sistemi di comunicazione *outdoor*, che allo stato attuale risultano disorganici, ormai obsoleti e difficilmente comprensibili […]; predisposizione di nuovi strumenti di comunicazione urbana […]. L'intervento sarà localizzato all'interno della *core area* ma anche nella *buffer zone* perché la valorizzazione non può prescindere dal legame esistente tra la Piazza e l'intera città. Sostituzione dei totem informativi ad oggi presenti, di primissima generazione e quindi obsoleti e inutilizzabili, con n° 6 totem interconnessi dotati di monitor performanti e di grandi dimensioni: permettono all'utente di esplorare in maniera interattiva l'offerta culturale della città e informarsi su nuovi percorsi all'interno della città, eventi e manifestazioni, orari di apertura, prezzi e accessibilità". Proprio così: si riempiono di nuovi contenuti gli stessi totem multimediali tanto derisi in città negli ultimi anni, ma attenzione perché si cambiano gli schermi (più performativi!) e si vanno a posizionare altri 90 cartelli, come se non bastasse la già confusa segnaletica esistente. Il tutto con una previsione di spesa di € 219.600, IVA compresa. Rimane la domanda di fondo: se ciascuno di noi è solito viaggiare con lo smartphone sotto mano, che senso ha piazzare grandi monitor in mezzo a vie e piazze?

Il secondo intervento prevede di istituire un *Osservatorio permanente sul turismo*. Cosa sia e chi ne farà parte non si dice, se non che svolgerà "attività di indagine permanente sui visitatori (per monitorare comportamento e motivazione dei turisti), tramite la costituzione di una struttura *light* che possa autonomamente sviluppare analisi *desk* e *field*, che lavori alla ricerca di banche dati esistenti o coordini azioni condotte da soggetti diversi". Nessun dipendente da retribuire, quindi nessun questionario da distribuire né interviste da fare, piuttosto un osservatorio virtuale e cioè una piattaforma da costruire "acquistando dati, sviluppando metodi d'indagine e formando gli attori coinvolti". Sono le stesse categorie che guidano le società di vendita telefonica di contratti energetici e poi di quali attori di parla? Non si dice, però si conosce il costo: € 140.300.

Eccoci poi al pezzo forte, il terzo intervento: la *Pisa Time Machine*, che dà il nome all'intero progetto. Una macchina del tempo che ci porterà chissà dove nel mondo del ridicolo e di cui dovremmo vergognarci al cospetto dei turisti. Anche in questo caso vale la pena riportare direttamente il testo del progetto: "Costituzione di un nuovo polo culturale in grado di creare sinergie tra la Piazza, il museo e le altre realtà cittadine e quindi favorire uno spostamento dei flussi turistici e comunicare la complessità storico-culturale di Pisa. Il nuovo centro Pisa Time Machine sarà un luogo di sintesi dove si potranno rivivere le vicende più emblematiche della straordinaria storia cittadina: il polo è pensato come un centro vivo, che faccia leva sulle tecnologie multimediali (*video mapping*, VR e AR, *digital storytelling*) sia per coinvolgere il pubblico, sia per potersi facilmente trasformare, proponendo via via contenuti, temi e approfondimenti diversi e sempre nuovi". I totem multimediali sono sistemi di comunicazione *outdoor*, questo invece è *indoor* perché, secondo le menti perverse che hanno messo a punto il progetto, verrà ospitato all'interno del Bastione del Parlascio, ove il visitatore si chiuderà con gioia appena sbarcato in città per farsi rapire da un video coinvolgente che illustra le meraviglie oltre la torre, ovvero tutto quello che si potrebbe visitare, se fosse aperto. Sceso finalmente dall'auto, il turista potrà rintanarsi in questo luogo sacro per vivere virtualmente una città che nella realtà è ben poco accessibile, in barba all'Unesco. E non lo potrà fare nel chiuso della sua cameretta, in treno, in un'aula scolastica di chissà dove, ma solo qui, al Bastione del Parlascio. Un'esclusiva. Per questa macchina del tempo virtuale (che ricorda progetti realizzati qualche decennio fa in sperduti centri dell'Appennino) si prevede una spesa di € 342.820 sia per il progetto d'allestimento che per l'allestimento stesso e la realizzazione del materiale multimediale. Neanche troppo, quindi c'è da temere che saranno lavori scadenti, ma chi starà al desk a dare informazioni alle orde di turisti che quotidianamente prenderanno d'assalto questo nuovo museo? Chi aprirà e chiuderà la *Pisa Time Machine*? Della manodopera ancora una volta si tace, non costituisce un problema, dunque è chiaro che il servizio verrà appaltato.

Più oscuro il quarto intervento, denominato *Realizzazione di itinerari Turistici Integrati*, volutamente criptico. Si dice che "mira a capitalizzare i risultati ottenuti dalle dinamiche turistiche e, attraverso un coinvolgimento attivo degli *stakeholder*, mira a costruire un sistema di sviluppo partecipato dell'offerta turistica della destinazione Pisa". Per chi, come noi, non avesse ancora compreso, si specifica meglio che "si mira a mettere in contatto, attraverso la costruzione di processi codificati e strutturati, la domanda con l'offerta, coordinando l'insieme delle attività offerte e adeguandole alle esigenze dei nuovi segmenti turistici. Pisa, città d'arte e di cultura, vuole attualizzare la propria proposta, ampliandone i confini attraverso l'integrazione dell'offerta culturale con quella naturalistica, enogastronomica". Tutto qui? E come s'intende ampliare i confini? "Costruendo sistemi di offerta condivisi, diversificando l'offerta e rispondendo ai nuovi *trend* di domanda". E cioè? Chi sarebbe in questo caso lo *stakeholder* o il *navigator* dei turisti? Non è dato sapere, anche se l'operazione parrebbe essere alla portata di qualsiasi adolescente dotato di smartphone. La spesa invece viene esplicitata: € 134.200, non poco per delle semplici "condivisioni".

Si giunge infine al quinto intervento, *Comunicazione della destinazione turistica*. Le indicazioni chiariscono benissimo il vuoto pneumatico che sta dietro anche a questo punto: "Il presente intervento mira a contribuire al rafforzamento di "Pisa is", il progetto *city branding* di Pisa, adottato dal Comune e realizzato con lo scolpo di valorizzare e far accrescere l'*appeal*, riconducendo iniziative e attività a un'immagine grafica e a un linguaggio visivo unitario e coerente. Tale marchio territoriale presenta una serie di declinazioni, tra le quali il *claim* "Pisa is much more": un progetto strutturale e strategico, complesso e trasversale che coinvolge la città e la comunità intera e ha l'obiettivo di promuovere le potenzialità e l'attrattività delle risorse di Pisa, le quali vanno oltre la sua Torre". Come si pensa di attuare questo obiettivo? Attraverso la "predisposizione di un piano editoriale di gestione degli strumenti social del turismo di Pisa […]; l'ideazione di format creativi online e offline; acquisto di spazi pubblicitari; azioni di interoperabilità con il sito italia.it". Il costo previsto è di € 146.400, in questo caso una cifra davvero esorbitante, tanto più se si pensa che alla giovane e brava studentessa di architettura (si badi bene, non una professionista), che ha da poco vinto il concorso per il logo della rete Pisa Percorsi Museali, sono andati in premio appena 500 euro.

In definitiva, analizzare nel dettaglio questo progetto, così come abbiamo fatto, è una perdita di tempo. Viene ampiamente confermato quello che avevamo scritto un giorno fa sulla base delle dichiarazioni del sindaco, vale a dire che, con un uso antico ed obsoleto del mondo virtuale, non si fa che nascondere il disastro di un sistema museale che non c'è. E si palesa l'assenza totale di idee per cercare di rendere Pisa accogliente e viva, fiera di mostrare (dal vero) il proprio patrimonio storico ed artistico, come qualsiasi altra città europea. Altrimenti, il rischio è lo stesso che corre uno squallido venditore che cerca di rifilare al turista una cosa per un'altra: trattare chi viene da fuori come un fesso è un gioco che non può durare a lungo.

Tutto ciò chiama in causa il mondo della cultura: accademici, dottorandi, specializzandi, studenti, studiosi, bibliotecari, funzionari di Soprintendenza che operano o vivono in città, in particolare quei direttori di musei che partecipano al percorso di Pisa Percorsi Museali, cosa ne pensano? Non ritengono necessario un ritorno alla realtà?