



HOME

FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA

FONDAZIONI CIVILI

CHI SIAMO

PRIVACY

Home » Il senso dei musei per il digitale

## IL SENSO DEI MUSEI PER IL DIGITALE

Pubblicato il: 14/02/2017 - 02:00

Rubrica: CULTURA DIGITALE

TAGS: DIGITAL APP STORYTELLING GAMING SOCIAL BENI CULTURALI PATRIMONIO MUSEI CULTURA EUROPA PARTECIPAZIONE VALORIZZAZIONE

Autore: Massimiliano Zane



Like 150



*Dal gioco tutto italiano "Father and Son" fino alla realtà aumentata all'Ara Pacis di Roma o alla piattaforma digitale europea "Pluggy", la cultura si fa sempre più un racconto multidisciplinare. Ma qual è l'impatto del digitale sulle politiche e sulle pratiche delle organizzazioni culturali?*

Dalla realtà aumentata agli allestimenti cross-disciplinari, dal digital storytelling al social gaming, dall'accessibilità alla didattica multimediale, fino ai contest digitali ed al turismo emotivo, le

dinamiche di gestione, accesso e promozione di ogni attività nel settore culturale sono in continua evoluzione. Un incremento tecnologico che ha cambiato tanto i nostri rapporti interpersonali quotidiani quanto gli approcci all'arte ed ogni forma di esperienza di visita, memoria e conoscenza culturale.

Ed è proprio in questo panorama, in cui tutto -o quasi- si può sperimentare, che si inserisce, il videogame "Father and Son" ([www.fatherandsongame.com](http://www.fatherandsongame.com)): il primo videogioco a tema storico-culturale interamente realizzato con e per un museo archeologico italiano. Nato dalla collaborazione tra il MANN-Museo Archeologico Nazionale di Napoli e TuoMuseo, "Father and Son" è il primo esempio in Italia, e tra i primi al mondo, di un museo che diventa publisher di un videogioco, portando dallo "storytelling" allo "storydoing" la propria comunicazione.

Parte integrante del "Piano Strategico 2016-2019" del MANN, nel quale era stata già indicata l'esigenza di arrivare a nuovi pubblici attraverso la tecnologia e la rete in una prospettiva di audience engagement, "Father and Son", attraverso una pionieristica esperienza narrativa che pone al centro il protagonismo ed il coinvolgimento del fruitore, è in tutto e per tutto un nuovo modo di raccontare il museo. Attraverso un'inedita connessione con il pubblico "Father and Son rappresenta una nuova forma di contaminazione, una straordinaria avventura digitale che ci farà dialogare con nuove tipologie di utenti e migliaia di potenziali, nuovi visitatori" (Ludovico Solima).

Ma l'idea di espandere le occasioni di coinvolgimento di vecchi e nuovi pubblici della cultura nasce da lontano: in principio furono i famigerati open data, come "Art Project" di Google, a spronare i musei a "prestarsi" all'innovazione, tant'è che oggi sono gli stessi musei, come il Rijksmuseum di Amsterdam (<https://www.rijksmuseum.nl/en/rijksstudio>) ad incoraggiare le persone a scaricare, riprodurre, modificare e giocare con le opere e manufatti delle proprie collezioni.

Poi vennero i supporti mobile e le Apps: da quelle più comuni capaci di offrire contenuti e informazioni extra, si è passati a quelle attraverso cui i visitatori possono porre domande a direttori e curatori in tempo reale, come Martmuseumbot del MART di Rovereto per Telegram; o a quelle in uso al MET che, incorporando anche la tecnologia GPS, aiutano i pubblici a progettare anticipatamente il loro percorso di visita; o ancora a quelle in uso al MoMa o al Guggenheim a NY che, attraverso Bluetooth e i Beacons, non solo sono in grado di monitorare come i visitatori si muovono tra sale e gallerie ma che anche, grazie ai "Place Tips", permettono di ricevere automaticamente contenuti geolocalizzati inerenti allo stesso museo direttamente sui propri profili social, semplicemente passando nei pressi della struttura.

O ancora con supporti tecnologici "speciali", come con "Gallery One - Collection Wall", il più grande multi-touch screen negli USA, presso il Cleveland Museum of Art, o il progetto "After Dark" presso la Tate Britain, in cui è possibile visitare il museo a distanza e a porte chiuse attraverso gli "occhi digitali" di un robot (similmente al progetto italiano "Virgil"); o con il progetto danese "Be My Eyes", o le stampanti 3D ed i rilievi 3D, che offrono la possibilità di creare e riprodurre fedelmente intere gallerie in 3D sia online che fisicamente, rendendo arte, musei ed archeologia ancor più fruibili da tutti i tipi di pubblici, offrendo nuovi modelli di accessibilità. Esempio ultimo questo di una irreversibile "contaminazione" cultural-hitech capace di far dialogare davvero humanities e scienze che, andando

RICERCA AVANZATA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

### ARTICOLI PIÙ LETTI

- «MIGRATION:CITIES PROJECT». QUANDO I MUSEI CREANO SPAZI DI...
- DALLA STANDARDIZZAZIONE ALLA PERSONALIZZAZIONE: RIPENSARE...
- EDUCARE, INNOVARE, SOGNARE. A FARM CULTURAL PARK SI RIPARTE...
- SIRACUSA CITTÀ EDUCATIVA, UN ESPERIMENTO PER RIPENSARE LE...
- DESIGN FOR ARTS AND CULTURAL INNOVATION
- C'È TANTO XXI SECOLO IN CAMPANIA. "NE VEDREMO DELLE BELLE"

### SAPER FARE, SAPER ESSERE

una ricerca in collaborazione con



### SCENARI DI INVESTIMENTO



*Classis Capital SIM SpA, società di consulenza finanziaria indipendente, che unica in Italia si ispira al modello dell'Investor Advisor di matrice anglosassone, è stata fondata nel 2009 per offrire la gestione attiva dei patrimoni finanziari*

(ben) oltre il fenomeno PokemonGo e le mostre Instagram-Friendly, ci rivela che i musei sono vivi e più vitali che mai.

Dopotutto "La dimensione digitale consente possibilità partecipative che vanno a scardinare la natura tradizionalmente binaria dell'esperienza culturale fornendo opzioni «incrementali», «differite» o «laterali» di partecipazione e fruizione" (Davide Beraldo): come ritroviamo nella realtà aumentata di "Ara com'era", all'Ara Pacis di Roma che offre come mai prima d'ora un racconto multimediale totalmente immersivo e multisensoriale; o quella virtuale offerta da Smithsonian e British Museum, in cui le opere d'arte interagiscono tra loro e coi cambiamenti dell'ambiente circostante (dalla luce alle stagioni) offrendo "qualcosa" di diverso ad ogni visita; o ancora con il viaggio virtuale tra Pompei ed Ercolano visto al MAV, o con le proiezioni olografiche e gli ologrammi interattivi 3-D dell'Holocaust Memorial di Washington D.C., in cui i sopravvissuti alla Shoah accompagnano i visitatori e rispondono alle loro domande.

Un'evoluzione a ritmo continuo, dunque, e che guarda tanto al potenziale creativo ed espressivo tecnologico, quanto a quello collettivo del pubblico; che spinge ogni istituzione non solo ad un costante adeguamento, ma anche allo sviluppo di nuove strategie concepite e programmate per un incremento crescente del livello qualitativo delle modalità di coinvolgimento dei propri pubblici. Implementare ogni sorta di informazione e partecipazione, quindi, ma anche apprendere e parlare nuovi linguaggi, anticipare cambiamenti, trend e bisogni delle proprie audiences per sviluppare interconnessioni, multidisciplinarietà e nuovi percorsi di narrazione: la cultura diviene sempre più una galassia comunicativa e formativa che si fa multidisciplinarietà attiva e creativa, in un processo strategico per la valorizzazione (anche economica) delle proprie risorse. Una cultura che avanza in termini di ricerca, di sperimentazione e di condivisione per co-progettare, co-produrre e co-generare nuove logiche, formule e metodologie di valorizzazione; che guarda con efficacia tanto allo sviluppo di un buon engagement, quanto ad una corretta promozione del proprio V.A.C. -Valore Aggiunto Culturale- relazionale: elemento economico e sociale che ancora in un recente passato era considerato "collaterale", e che oggi, invece, anche grazie proprio all'effetto connettivo del digitale, è sempre più elemento fondativo di un'architettura sociale che vuol dirsi realmente integrata e consustanziale.

In questo senso, e non a caso, la stessa Commissione Europea individua proprio nell'accesso alla cultura attraverso il digitale uno dei maggiori temi strategici del prossimo sviluppo (anche economico) dell'intera Unione. Lo dimostrano gli innumerevoli bandi di finanziamento aperti già in questo inizio 2017, sia in seno a H2020 - "Participatory approaches and social innovation in culture" (<https://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/cult-coop-06-2017.html>) - che nel settore cultura di Europe Creative - "Call for Platforms active in Cultural and Creative sectors" ( [eacea.ec.europa.eu/node/1773](http://ec.europa.eu/node/1773)). Oppure ancora con i progetti Europeana ( <http://www.europeana.eu/portal/it> ) e Pluggy ( <http://www.pluggy-project.eu/> ) una nuova ed inedita piattaforma comunitaria virtuale, basata su contenuti crowdsourcing e che risponde alla necessità della società europea di essere coinvolta attivamente nelle attività riguardanti il proprio patrimonio culturale. Per una cultura della cultura sempre più rinnovata nella sua stessa essenza, ma che ci si augura che, in questa rincorsa al futuro, non smarrisca mai la propria (nostra) identità.

© Riproduzione riservata

Massimiliano Zane, Progettista Culturale, consulente strategico per lo sviluppo e la valorizzazione del patrimonio.

ai clienti Istituzionali, agli Intermediari Finanziari e alla Clientela privata attraverso una filosofia di investimento internazionale basata sulla ricerca. Sulle pagine del Giornale delle Fondazioni, a partire dal numero di febbraio 2017, Classis offrirà ai suoi lettori un'analisi dello scenario di investimento con cadenza mensile.

2017: INCOGNITE E OPPORTUNITÀ DI UN ANNO DI SVOLTA

LEGGI TUTTO

ArtLab 16 Mantova: Sta...



ALTRI VIDEO

LA PAROLA AGLI ARTISTI

CULTURA DIGITALE

in partnership con DiCultHer:



RAPPORTO ANNUALE 2013/2014



ELENCO DEI RAPPORTI ANNUALI

cheFare<sup>CC</sup>



**Il Giornale delle Fo...**

13,889 likes

Like Page
Share

Be the first of your friends to like this





**Il Giornale delle  
Fondazioni**

16 hrs

**SAVE THE DATE >>>**

Fondazione Fotografia Modena presenta la mostra '10 years old', un percorso espositivo di 250 opere tra fotografie, video e installazioni, tratte dalle collezioni di Fondazione Cassa di risparmio di Modena.

L'inaugurazione si terrà sabato 11 marzo alle ore 17 presso il Foro Boario di Modena

## ARCHIVIO MENSILE

- MARZO 2017 (3)
  - FEBBRAIO 2017 (39)
  - GENNAIO 2017 (33)
  - DICEMBRE 2016 (41)
  - NOVEMBRE 2016 (44)
  - OTTOBRE 2016 (48)
  - SETTEMBRE 2016 (43)
  - AGOSTO 2016 (17)
  - LUGLIO 2016 (53)
  - GIUGNO 2016 (46)
- 1 DI 7** [SUCC >](#)

## EDITORIALI

- CONTINUA L'AUTORIFORMA DELLE FONDAZIONI, ASSUMONO...
- GOLINELLI, L'UOMO DELL'ANNO
- UN ANNO DEL NUOVO CORSO DEL GIORNALE DELLE FONDAZIONI
- LE FONDAZIONI NELLA LEGGE DI STABILITÀ
- CAMBIO DI PASSO CONTRO LA POVERTÀ

[TUTTI GLI ARTICOLI](#)

## STUDI E RICERCHE

- ITALIA CREATIVA VUOL DIRE CRESCITA E OCCUPAZIONE: I NUMERI...
- COME CAMBIANO LE FONDAZIONI D'IMPRESA
- I LUOGHI DELL'INNOVAZIONE APERTA: MODELLI DI SVILUPPO...
- DALL'ECONOMIA DELLA CULTURA, ALLA CULTURA PER L'ECONOMIA
- UN MARCHIO PER LA VALORIZZAZIONE DEI TERRITORI ITALIANI DI...



HOME  
FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA  
FONDAZIONI CIVILI  
CHI SIAMO  
PRIVACY

Il Giornale delle Fondazioni - Periodico telematico  
Reg. Tribunale n.7 del 22/07/2014 - ISSN 2421-2466  
© Fondazione Venezia 2000 - Dorsoduro 3488/U - 30123 Venezia - Italia - C.F. 94046390277