

Valorizzazione del patrimonio artistico e culturale attraverso la comunicazione integrata e multicanale: il caso multimuseo

di **Elena Cigliano**
maggio 2003

Musei e ICT

L'Europa, e in particolare l'Italia, possono vantare una posizione di primo piano in termini di ampiezza e ricchezza del proprio patrimonio culturale e in questi ultimi anni sempre maggiore è la consapevolezza che il settore dei Beni Culturali è una preziosa risorsa sia dal punto di vista sociale che economico.

In questo quadro, le nuove tecnologie della comunicazione cominciano a penetrare nelle istituzioni culturali e fanno intravedere possibilità inattese, perché le politiche culturali del Terzo millennio non possono in alcun modo prescindere dalla terza grande rivoluzione industriale, dalla rivoluzione digitale. I fenomeni culturali sono, quindi, sempre più segnati dall'avvento delle tecnologie della comunicazione. In presenza di dette tecnologie, la cultura si arricchisce di connotazioni e si apre a nuove possibilità. L'utilizzo della multimedialità applicata ai Beni Culturali va vista come un'opportunità: l'opportunità di estendere la fruibilità superando i confini geografici, di fare arrivare le ricchezze dell'arte e della cultura laddove non arriverebbero, la possibilità di farle vedere e conoscere senza doverle spostare fisicamente.

Per affrontare il rapporto esistente tra patrimonio culturale e tecnologia, quale veicolo di conoscenza e valorizzazione della cultura, occorre definire innanzitutto a quale classe di oggetti associamo questi termini. Parlando di "patrimonio culturale", si pensa innanzitutto ad opere d'arte quali quadri, affreschi, sculture, monumenti: così facendo tuttavia si trascura buona parte dell'effettivo patrimonio artistico e culturale, poiché oggi vengono considerati beni potenzialmente da tutelare dal punto di vista legislativo anche tutte le opere prodotte dall'uomo negli ultimi cinquant'anni, dai primi apparecchi radio alle automobili del dopoguerra, dai primi elaboratori elettronici ai prodotti del Design Industriale, dai jeans ai primi filmati e registrazioni video televisive.

Se prendiamo in considerazione questa concezione allargata di "patrimonio culturale", non possiamo fare altrettanto nel dare una definizione di "nuove tecnologie". In questa sede si può fare riferimento ai sistemi multimediali, ai sistemi di grafica interattiva tridimensionale in tempo reale, tipicamente rappresentati dalla realtà virtuale, ai sistemi per la digitalizzazione e la catalogazione dei beni culturali e infine alle tecnologie di connessione in rete telematica di larga scala attraverso la condivisione di un protocollo comune di comunicazione, cioè alle tecnologie destinate ad avere un profondo impatto sul ruolo delle istituzioni culturali, sulla loro logica espositiva e comunicativa e sulle modalità di fruizione proposte al pubblico. Alle nuove tecnologie della comunicazione occorre guardare come strumenti atti a estrarre delle informazioni, strumenti predisposti dagli enti culturali e messi a disposizione degli utenti, siano essi visitatori fisici o visitatori virtuali.

Soprattutto nel corso dell'ultimo decennio, i musei sono andati incontro ad una serie di trasformazioni dovute sia a fattori interni, che riguardano le nuove caratteristiche e le competenze loro richieste, sia a fattori esterni, in seguito ai mutamenti socio-economici che hanno investito il mondo dei Beni Culturali. È nata una nuova stagione di alleanza con il Privato, nel tentativo di colmare un ritardo che vede i nostri musei, le nostre collezioni, i nostri archivi e biblioteche alle prese con un'informaticizzazione e digitalizzazione difficile e complessa. Negli anni '90 abbiamo poi assistito a una crescita e a un cambiamento della domanda culturale in generale. Ogni categoria di pubblico presenta oggi background culturali e interessi diversificati, che generano aspettative diverse nei confronti dell'esperienza di visita nei musei.

Nel contempo (e questo è sicuramente l'aspetto che ci interessa maggiormente), stiamo assistendo a una vera e propria rivoluzione tecnologica, che ha prodotto una rivoluzione culturale legata al valore dell'informazione. L'avvento della cosiddetta "società dell'informazione" ha cambiato il modo stesso di accedere e di trattare le opere d'arte presenti nei musei: essi sono oggi chiamati non solo a presentare e preservare l'oggetto materiale, ma anche a rendere accessibili al maggior numero di persone le informazioni correlate a tale oggetto. Le nuove tecnologie possono essere utilizzate dalle istituzioni museali tanto per compiti legati alla conservazione del patrimonio, quanto per una diversa modalità di promozione dello stesso.

Da un punto di vista economico, i musei si vedono costretti ad intensificare le attività di promozione e a sviluppare nuove strategie di comunicazione e di marketing. Un carattere tipico della recente evoluzione dei musei, che si è venuto manifestando con particolare evidenza in Italia, è costituito infatti dall'intensificarsi delle discussioni sul valore economico dei musei e dal crescente ricorso a competenze manageriali e di marketing per ottimizzarne la gestione e farne crescere la redditività. Le nuove tecnologie offrono straordinarie possibilità di potenziamento dei modi di svolgere tutti i compiti tradizionali dell'istituzione museale, vale a dire la ricerca, la conservazione e l'esibizione e nel farlo permettono anche di produrre un eventuale ritorno economico. Da un lato, l'aumento dell'attrattività del museo comporta sicuramente una maggiore affluenza di visitatori; dall'altro la rete costituisce un valido strumento sia per raggiungere nuovi potenziali utenti, sia un veicolo per l'attuazione di servizi commerciali (anche se lo sviluppo di attività commerciali on-line presenta delle difficoltà ed è in relazione ad un arco temporale non breve, ma di medio termine che deve essere analizzata la fattibilità dei progetti).

Per quanto riguarda il contributo delle ICT nelle realtà museali, si può evidenziare come, storicamente, le prime e significative applicazioni delle nuove tecnologie hanno riguardato i sistemi di gestione e conservazione degli archivi; in quest'area il processo innovativo è stato reso funzionale al raggiungimento di una maggiore efficienza e qualità dei servizi prestati. Vari e numerosi, inoltre, sono stati (e sono tuttora) i contributi forniti dalle nuove tecnologie nella conservazione delle opere, spaziando dall'acquisizione e analisi dei dati, al restauro, alla creazione della copia digitale per giungere sino alla catalogazione, momento conclusivo della creazione di una raccolta.

Il contributo più recente delle ICT in ambito museale, tuttavia, è quello offerto nella fruizione dei contenuti del museo stesso, facilitata dalla possibilità di creare percorsi esplorativi e conoscitivi progettati, in funzione dei diversi profili d'utenza, da esperti di comunicazione o di scienze cognitive. Ma la vera chiave di svolta in questo campo è costituita sicuramente dall'uso delle reti telematiche, che permettono di accedere ad un patrimonio artistico sempre più vasto e ricco di relazioni, grazie alla facilità di realizzazione dei siti Web.

Il modello di comunicazione Multimuseo: obiettivi, servizi e contenuti

CSP - Innovazione nelle ICT è un Laboratorio di Ricerca riconosciuto dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica e

Tecnologica nel campo delle tecnologie innovative informatiche e telematiche. CSP è un consorzio no-profit di cui fanno parte enti locali (CSI-Piemonte e Città di Torino), Università (Politecnico e Università degli Studi) e organizzazioni industriali (Unione Industriale e Federpiemonte). Svolge consulenze e sperimentazioni e alcuni suoi ambiti di attività sono l'Educazione, la modernizzazione della Pubblica Amministrazione e la Cultura.

In questi ultimi tre anni, CSP ha focalizzato la propria attenzione, sia da un punto di vista prettamente teorico, che da un punto di vista applicativo, sulle esperienze museali maturate in Italia, ma anche a livello internazionale. Questa attività di ricerca ha avuto lo scopo di indagare i seguenti aspetti:

- il museo come luogo fisico e virtuale e i cambiamenti delle sue funzioni;
- i cambiamenti della realtà in cui operano i musei e le organizzazioni culturali;
- i contributi delle nuove tecnologie nell'ambito culturale e soprattutto museale;
- i possibili utilizzi di applicazioni tecnologiche all'interno del museo (tecnologie come parte integrante, come supporto e come espansione dell'allestimento museale);
- le tecnologie come alternativa all'ambiente museale fisico, ovvero gli aspetti legati alla dimensione virtuale (realtà virtuale e musei online).

L'attività di ricerca e analisi svolta in questi anni, oltre a costituire un importante bagaglio di conoscenza, è confluita all'interno di progetti applicati svolti all'interno di attività di consulenza strategica in ambito tecnologico con alcune realtà museali torinesi, in particolare con il Museo Nazionale del Cinema per il quale è stato ideato un prototipo di comunicazione integrata e multicanale denominato *MultiMuseo*.

Il progetto *MultiMuseo* è nato nella primavera del 2001 e ha rappresentato per il Museo Nazionale del Cinema di Torino l'inizio di un importante percorso nel mondo dei nuovi media e delle reti telematiche avanzate.

Le partnership definite dal Museo Nazionale del Cinema e la cooperazione sviluppata per la realizzazione del progetto fra CSP, Telecom Italia, HP e Netbrain hanno reso *MultiMuseo* un modello esemplare di sinergia fra mondo dell'arte e tecnologia, cultura e innovazione sul territorio urbano e nazionale. È un modello di comunicazione adattabile a diversi scenari di utilizzo e può coinvolgere differenti attori politici e culturali fra cui musei, enti culturali, centri di ricerca e soggetti della Pubblica Amministrazione.

MultiMuseo è un modello di comunicazione pensato per un museo virtuale fruibile da più luoghi, in differenti momenti temporali e con media diversi. Il progetto offre sia al visitatore *in loco* sia al navigatore in rete innovative opportunità di conoscenza, interazione e condivisione di esperienze.

L'obiettivo del progetto è quello di creare su Internet un modello di comunicazione innovativo, in grado di rappresentare la dinamicità di una realtà culturale come il Museo Nazionale del Cinema e divulgare la ricchezza del suo patrimonio con strumenti semplici e immediatamente fruibili dal pubblico online.

MultiMuseo è un prototipo multicanale, con differenti accessi tecnologici, volto a comunicare il Museo in modo integrato. È uno strumento interattivo, flessibile e personalizzato, che consente al Museo di offrire informazioni e servizi al pubblico degli appassionati di cinema e al target dei potenziali visitatori.

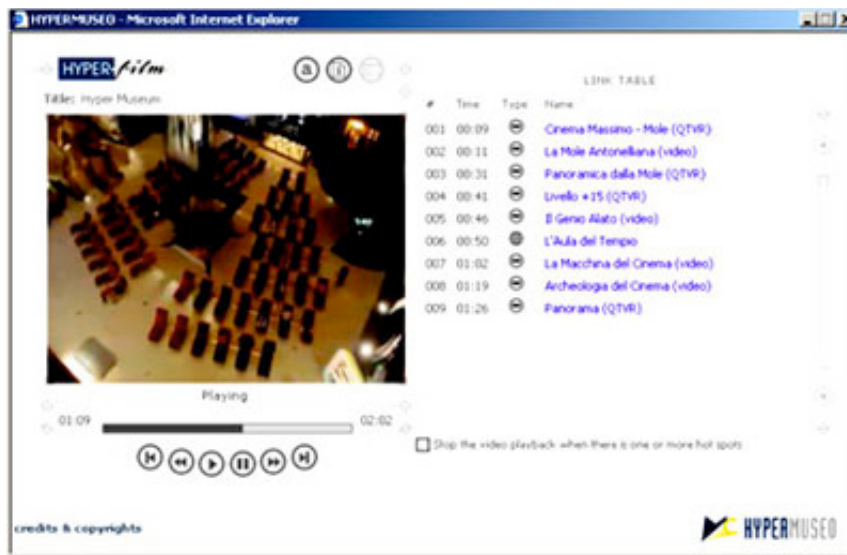
Comunicare il Museo Nazionale del Cinema è un'operazione complessa. Realizzare il sito web del Museo significa creare uno strumento di comunicazione innovativo dotato delle caratteristiche di flessibilità e di appeal necessarie per convogliare verso il Museo il visitatore generico, ma anche per creare un ambiente familiare in cui le emozioni e le informazioni diventino una risorsa unica e un punto di forza insostituibile per aumentare la visibilità del Museo, delle persone che vi hanno lavorato e vi lavorano, della Città che lo ospita e delle potenzialità culturali che è in grado di esprimere.

La realizzazione del prototipo del sistema multicanale MultiMuseo per il Museo Nazionale del Cinema ha visto tre ambiti principali di progetto e di sperimentazione:

- un canale Web evoluto;
- un canale PDA;
- un canale RESEAU.

Il canale Web (<http://www.museonazionaledelcinema.it/>) prevede due tipi differenti di navigazione. La prima è stata definita "Navigazione spaziale". È stata realizzata in Flash, permette di effettuare un tour virtuale del Museo e per ogni livello della Mole Antonelliana, all'interno della quale il Museo è ospitato, offre una piccola galleria fotografica.

Il secondo tipo di navigazione è una navigazione tematica, più tradizionale. Qui vengono fornite informazioni generali sul Museo, informazioni sugli eventi e le mostre presenti, ma anche sulle attività in progetto e su quelle passate, informazioni sulle visite, la programmazione della multisala "Massimo" che fa parte del sistema museale, un'area stampa dove testate, uffici stampa e giornalisti possono iscriversi ad una mailing list loro riservata, una newsletter, una pagina contenente i link ad altri musei del cinema nel mondo e ad altre risorse online sul cinema e infine una sezione dedicata alle attività, alle visite guidate, ai laboratori per le scuole, con le schede relative alle singole attività.



Nel canale web è presente anche una presentazione molto innovativa del Museo Nazionale del Cinema, realizzata con un applicativo proprietario, Hyperfilm (www.hyperfilm.it), che consente l'inserimento di immagini, video, viste a 360° realizzate con QTVR, pagine HTML come link ipertestuali collegati ad un video portante. Nel video portante è mostrato l'interno della Mole, l'Aula del Tempio che è il cuore del Museo, la salita in ascensore fino sulla punta e la panoramica dei vari livelli. Man mano che il video portante procede, sulla destra si vanno a posizionare i link ai vari approfondimenti.

Per quanto riguarda il canale PDA, questo è concepito per ampliare l'accesso ai contenuti, sia all'esterno sia all'interno del Museo, grazie all'utilizzo di dispositivi palmari. Consente, infatti, agli utenti in possesso di un proprio palmare di accedere al canale AvantGO per ricevere informazioni sul Museo Nazionale del Cinema: una breve presentazione del Museo, come raggiungerlo, le news, gli eventi, la programmazione settimanale del Cinema Massimo.

Nel canale PDA si può vedere inoltre una presentazione della sperimentazione Wireless Museum, che è stata ed è una parte fondamentale del progetto ed è nata con l'obiettivo di individuare le migliori modalità di fruizione dei contenuti del Museo Nazionale del Cinema, attraverso l'utilizzo di dispositivi palmari come supporto alla visita all'interno Museo.

Il canale Reseau, infine, è dedicato alla rete a larga banda di Telecom Italia Lab (rete VDSL) di cui il Museo Nazionale del Cinema e il CSP fanno parte; è un'area riservata che offre la possibilità al network degli sperimentatori di fruire contenuti audio e video. La rete, presente in tre aree metropolitane (Torino, Milano e Roma) interconnesse tra loro tramite un backbone nazionale, costituisce un vero e proprio laboratorio distribuito per le tecnologie e i servizi. Attraverso il canale Reseau, il Museo vuole proporre il Laboratorio sul Cinema del Futuro, uno spazio sperimentale nel quale esplorare alcune delle caratteristiche che animeranno il cinema digitale. Seguendo virtualmente il percorso della Macchina del Cinema, che illustra i diversi elementi del linguaggio cinematografico (montaggio, scenografie, effetti speciali ecc.) è possibile interagire con i contenuti del Museo e confrontarli con alcune "interpretazioni digitali".

All'interno del progetto Multimuseo è attiva la sperimentazione Wireless Museum, volta all'utilizzo di dispositivi palmari come supporto alla visita all'interno del Museo. Si tratta di uno dei primi esempi di sperimentazione di questo genere in Italia e sicuramente il primo nella nostra città.



A seguito di un'attività di ricerca, analisi e test, curata dal CSP a partire dall'estate 2001, è stata individuata la tecnologia mobile come modello innovativo da sperimentare all'interno di un allestimento museale. I dispositivi palmari soddisfano esigenze oggi fondamentali: sono flessibili, posseggono un'ampia capacità di memoria, sono un ottimo supporto multimediale per la fruizione di contenuti audio e video all'interno di ipertesti realizzati ad hoc. Consentono inoltre l'integrazione in una rete locale, offrono

possibilità di streaming e permettono di condividere le informazioni all'interno di un gruppo di lavoro.

I PDA rappresentano in breve un'evoluzione delle diffuse audioguide, poiché sono in grado di veicolare contenuti di tipo multimediale, sono facilmente aggiornabili grazie alla connessione wireless e consentono di offrire al visitatore delle informazioni aggiuntive rispetto all'allestimento del Museo.

La prima fase della sperimentazione Wireless Museum è nata nella primavera del 2002 e si è conclusa nel mese di ottobre. Questa prima fase ha avuto lo scopo di testare cinque dispositivi iPaq modello 3850 all'interno di una rete Wi-Fi con contenuti di natura ipertestuale e servizi di video e audio streaming. In questa prima fase la sperimentazione si è concentrata su quattro delle chapelles che circondano l'Aula del Tempio: la Cappella Torino, la Cappella Cabiria, la Cappella degli Specchi e la Cappella Horror.

MultiMuseo è stato realizzato dall'Area NewMedia di CSP sia dal punto di vista dell'analisi pre progettuale, sia dal punto di vista del progetto, della realizzazione e dell'ottimizzazione delle singole componenti on line (e di navigazione su dispositivi wireless). In conclusione, *MultiMuseo* è un "ambiente" innovativo con servizi e risorse d'informazione, veicolati da metafore grafiche e risorse multimediali semplici ed evolute, in cui i visitatori del Museo o gli appassionati di cinema possono immergersi alla ricerca delle suggestioni che questo Museo è in grado di offrire.

Copyright © Fitzcarraldo Consulting. Tutti i diritti riservati.