

TECNOLOGIA BEACON E STORYTELLING PER I MUSEI

IL PROGETTO *TAP THE ARTWORK*

di Elisabetta Bruno e Pietro Tosco

Nell'articolo viene presentato **TAP THE ARTWORK (ARTAP)**, un progetto di Heritage srl, una startup con base a Torino che lavora nell'ambito delle tecnologie per i Beni culturali. **TAP THE ARTWORK** è un'esperienza immersiva fondata sulla tecnologia Beacon. Veri e propri percorsi di visita museale guidati che integrano una dimensione narrativa e una modalità "immersiva" di esplorazione interattiva delle opere.



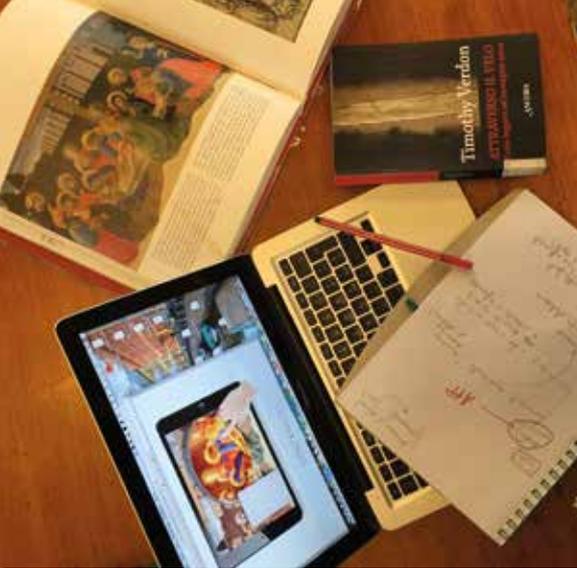
Che l'era digitale abbia cambiato radicalmente le abitudini e i comportamenti dell'intera società umana, è un concetto evidente ormai entrato nella coscienza comune. Nell'ambito dei Beni Culturali il cambiamento si sta attestando in un progressivo incremento dell'applicazione delle nuove tecnologie a tutti gli ambiti tradizionali della conservazione, della documentazione e della valorizzazione del patrimonio culturale, indipendentemente dal dominio di riferimento (archeologico, museale, bibliotecario o archivistico, ecc.) e dal livello di innovazione tecnologica raggiunto. Il motivo è semplice: oggi non si può più trattare e presentare il patrimonio come se si fosse nel XX secolo e la tecnologia può permettere un accesso più diretto, più interessante e più completo.

La tecnologia, tuttavia, non può essere considerata solo uno strumento, perché è molto di più: è una manifestazione umana, cioè un'espressione di conoscenza. È parte integrante del "gesto" con cui l'uomo conosce il mondo¹. Il passaggio al digitale sta provocando effetti evidenti sulle identità e sulle culture, trasformando radicalmente la forma stessa della conoscenza. Velocità, semplicità, immediatezza visiva e percettiva sono diventati i principi guida non solo del mercato, ma anche della conoscenza stessa e della sua rappresentazione, perché quello che sta cambiando è l'approccio "culturale", inteso in senso ampio, delle persone alla realtà.

La sfida che si apre è dunque recepire il cambiamento negli ambiti tradizionali della rappresentazione della cultura, e in particolare nell'ideazione di nuove strategie di valorizzazione del patrimonio culturale e nella progettazione di nuovi modelli di fruizione per i Beni Culturali. Ciò adeguare la progettazione e lo sviluppo dei modelli alla crescente voglia di condividere le risorse culturali a livello locale e globale, personale e collettivo, insieme alla necessità di generare da esse benefici sociali ed economici.

È questa la *vision* di Heritage Srl, startup innovativa a vocazione sociale nata a Torino nel 2013, che sta sviluppando un'intensa attività di ricerca e sviluppo nel campo dello **Smart Cultural Heritage**, all'incrocio tra ricerca tecnologica, dimensione filosofica e marketing culturale.

¹ G. Maddalena, "La tecnologia non corrompe né disumanizza, quando lo capiremo?", Il Foglio, 16/03/2016 http://www.ilfoglio.it/tecnologia/2016/03/16/scuola-tecnologia-non-corrompe-ne-disumanizza-quando-lo-capiremo___1-v-139472-rubriche_c356.htm



TAP THE ARTWORK (ARTAP) è uno degli ultimi progetti realizzati, finanziato dal Polo Innovazione ICT piemontese grazie a fondi regionali nell'ambito del cluster tecnologico nazionale **Smart Community Tech**.

Il progetto è nato dall'idea di sviluppare un modello articolato e replicabile per musei e siti culturali sulla base della prima App sviluppata dalla startup torinese, Beato Angelico (ancora oggi scaricabile gratuitamente dagli store), lanciata nel 2015 in occasione dell'Ostensione della Santa Sindone e dell'esposizione straordinaria del celebre quadro del Beato Angelico "Compianto sul Cristo Morto" al Museo Diocesano di Torino, in prestito straordinario dal Museo di San Marco di Firenze. In quell'occasione Heritage aveva lanciato un'App mobile per iOS e Android che offriva ai visitatori provenienti da tutto il mondo un'esperienza di visita innovativa, sfruttando per iOS la tecnologia **iBeacon**, tra i primi in Italia in ambito museale, offrendo una modalità interattiva di esplorazione dell'opera, per avvicinare gli utenti ai significati del quadro e alla figura dell'artista. Inoltre, nell'App era integrata un'audioguida con la quale il curatore dell'esposizione, Timothy Verdon, uno dei più importanti studiosi di arte sacra in Italia e direttore del Museo dell'Opera del Duomo di Firenze, dava in meno di due minuti una visione sintetica dell'opera e delle sue relazioni con il telo Sindonico. In poco tempo il sistema **Beacon** si è diffuso in grande scala oltre i confini della casa di Cupertino (Apple ha lanciato **iBeacon** con iOS 7) e anche Android con Eddystone ha sviluppato il suo protocollo rendendolo disponibile agli sviluppatori. Ad oggi è ormai compatibile con la maggior parte degli smartphone, quelli che supportano il BLE (Bluetooth Low Energy, chiamato anche Bluetooth Smart). Il BLE è una tecnologia che mette in comunicazione dispositivi o sensori, ha una grande precisione negli spazi indoor, e consuma meno energia rispetto al classic bluetooth.

I Beacon, al di là di chi li produce, sono piccoli dispositivi che, attraverso il BLE sono in grado di trasmettere informazioni a smartphone e tablet con un raggio di azione regolabile che va dai 10cm ai 70m.

A partire da questa prima esperienza, Heritage ha deciso di continuare a lavorare sui Beacon costruendo veri e propri percorsi di visita museale guidata. Lavorando simultaneamente non solo sulla geolocalizzazione, ma soprattutto sul modello di rappresentazione, integrando tecnologia, dimensione narrativa e modalità "immersiva" di esplorazione interattiva delle opere.

ARTAP è tutto questo, uno studio innovativo che costituisce uno dei *framework* di Heritage: progettazione dei contenuti, creazione di interfacce grafiche e integrazione con la tecnologia mobile specificatamente per la fruizione culturale. Il focus, infatti, è l'elaborazione di un format mobile, replicabile e implementabile, basato su un'idea di fruizione delle opere d'arte e delle risorse documentali di musei e siti culturali che abbia al centro l'esperienza dell'utente e la sua interazione con gli ambienti e gli

oggetti sia sul piano fisico (accessibilità funzionale e geolocalizzazione indoor) sia su quello intellettuale (accessibilità ai contenuti e interpretazione dei significati).

Il risultato è un prodotto e un servizio insieme, che Heritage ha iniziato a proporre per una commercializzazione customizzata sulle esigenze delle realtà interessate. Si tratta di un'App mobile per fruitori di musei e di siti culturali, focalizzata sulla User Experience e progettata con una User Interface specifica. Il servizio è lo studio di valorizzazione dei contenuti del museo, in un'ottica di restituzione delle informazioni adattata all'esperienza di visita e all'*engagement* del visitatore, in una modalità narrativa ancorata ai principi del *Digital Storytelling*. Nella progettazione di contenuti digitali, infatti, la dimensione narrativa è fondamentale, perché è forse la manifestazione più interessante del significativo e profondo cambiamento di concezione del patrimonio culturale. Il passaggio cioè dalla concezione classica del Cultural Heritage, focalizzata sulla documentazione e salvaguardia, alla considerazione del Cultural Heritage come fonte della creazione di nuova conoscenza. Il

bene o l'oggetto culturale, infatti, non sono più intesi unicamente come bene in sé da conservare o valorizzare, ma come fonte di informazione multipla, integrata, relazionata e relazionabile.



La stessa dinamicità insita per natura nel bene culturale costituisce la possibilità stessa di valorizzazione e fruizione integrata da parte di utenze sempre più differenziate ed esigenti. L'intuizione di Heritage nasce proprio qui, sulla base dell'esperienza ventennale dei soci fondatori nel settore della documentazione e valorizzazione del patrimonio culturale, attraverso importanti progetti di catalogazione, digitalizzazione, indicizzazione di patrimoni bibliotecari, archivistici e museali a livello nazionale e internazionale, per rispondere alla necessità di progettare solidi modelli di fruizione a partire dalla rivoluzione in atto. Una rivoluzione che, come si è detto, non è solo tecnologica, ma cognitiva. L'accesso ai contenuti e la comprensione stessa sono anche una visione e la visione è un'esperienza, una partecipazione. Progettare modelli per i musei significa perciò lavorare sulla continuità tra significato ed espressione, tra dato e comunicazione del dato, tra comprensione (conoscenza) e modalità di rappresentazione. La dimensione narrativa, perciò, è uno strumento di rappresentazione che deve essere sviluppato in sintonia con la strumento tecnologico che la supporta.

ARTAP è pensato fornendo dati di contesto, ambientazioni, personalizzazioni, approfondimenti, esplorazioni, attraverso l'utilizzo e l'integrazione di diverse tecnologie (Beacon, tecnologia Touch mobile, Content Management System, Virtual Reality) e nuove forme di comunicazione (storytelling, User Experience & User Interface).

Il visitatore è guidato nella visita attraverso una narrazione che gli fa "vedere" i significati, partendo da una visione sintetica di alcuni punti di valore, e da lì può esplorare gli spazi e le opere liberamente, entrando man mano in una comprensione più approfondita degli oggetti esposti. Interessante è l'approccio, atto a considerare l'opera d'arte nel suo contesto, al fine di scoprirne i significati profondi e lasciare all'utente la personalizzazione della sua visita museale. Inoltre, è particolarmente efficace l'integrazione con la Virtual Reality in punti particolari, per permettere sia di vedere alcuni oggetti nel loro contesto originale, sia per rivedere in momenti successivi alla visita gli ambienti conosciuti.

È molto significativo osservare come la dimensione narrativa non implichi solo il racconto orale (l'audioguida), ma anche l'esplorazione tattile e visiva (data dall'interattività delle schermate al "tap" del dito) e la stessa geolocalizzazione nello spazio. Ognuno di questi fattori, infatti, contribuisce al tempo da raccontare.

L'attività di ricerca e sviluppo di Heritage che sta alla base di ARTAP è dunque volta a esplorare come attraverso applicazio-

ni innovative si possa concretizzare quella sinergia tra racconto orale, visivo e spaziale e come tale sinergia sia destinata non solo a evidenziare forme collaborative interessanti ma propriamente a generare nuove forme di conoscenza integrando differenti campi di elaborazione culturale.

Un modello dunque che faccia della fruizione di un'opera d'arte un vero e proprio evento, digitale e accessibile, disegnato sull'esperienza dell'utente e basato sulla sua interazione con essa. Un evento, infine, che ha come punto di partenza la visita al sito museale ma non si esaurisce in essa, dando la possibilità di ritornare sui contenuti e di interagire con essi in fasi successive, in modalità compatibili con lo *sharing* offerto dai principali Social Network. Un modello progettato per offrire un'esperienza in cui il visitatore è al centro ed è introdotto nell'evento della fruizione attraverso una *narrazione* integrata, che fornisce informazioni, spunti e input specifici.

Un interessante contributo di riflessione che conferma la validità di TAP THE ARTWORK ci viene dai risultati del progetto [Athena Plus: Access to cultural heritage networks for Europeana](#), in particolare per quel che concerne la natura e l'utilizzo del digital storytelling, moderna espressione dell'antica arte del narrare.

Non sembra inutile riportare qui alcune interessanti definizioni provenienti dall'Associazione Digital Storytelling: *"Throughout history, storytelling has been used share knowledge, wisdom and values. Stories have taken many different forms. Stories have been adapted to each successive medium that has emerged from the circle of the silver screen, and now the computer screen". "Digital storytelling is the practice of combining narrative with digital content, including images, sound, and video, to create a short movie, typically with a strong emotional component"*.

Le raccomandazioni presenti nel documento di riferimento del progetto possono essere considerate un importante punto di riferimento da cui partire come linee guida e come confronto per la ricerca e l'attuazione di nuove forme di fruizione del patrimonio culturale.

Athena Plus cita, a titolo esemplificativo, come nuove forme di mediazione basate sul potenziale del digital storytelling: promuovere il patrimonio culturale nel *quotidiano*; creare uno spazio di visita arricchito, come *nuovo ambiente di apprendimento*; supportare il visitatore prima, durante e dopo la visita; rendere le storie interattive e consentire all'utente di *interagire* con il contenuto della storia; combinare *dispositivi diversi* per sviluppare un universo narrative trans mediale; rafforzare la storia creando un'esperienza *immersiva*.



Da qui i nuovi sviluppi su cui Heritage intende lavorare a partire dalle prossime applicazioni di ARTAP: l'analisi e lo studio dei dati che vengono catturati attraverso la partecipazione dell'utente. In particolare in ambito culturale è grande la sfida che ci si aspetta affrontando in maniera consapevole il grande tema dei Big data.

I documenti, le opere, i luoghi o i prodotti filmici e sonori, schedati, indicizzati e fruibili digitalmente sono infatti presenti in enormi e articolate banche dati fruibili via web. Tuttavia tali dati possono rimanere sepolti e mai più ritrovati quasi più che i documenti o i libri fisici destinati a impolverarsi sugli scaffali. Eppure il web è lo strumento oggi più diffuso e utilizzato, a disposizione di tutti e apparente soluzione a ogni tipo di ricerca. Ma che cosa permette l'accesso ai dati, il ritrovamento di quello che c'è, dei big data? Cosa impedisce che rimangano nascosti e inaccessibili?

La scommessa che Heritage vuole lanciare è questa: occorre un punto di interesse, potremmo dire un punto di contatto tra i dati di interesse presente e i dati testimoni del passato (passato che può essere costituito anche dal giorno immediatamente precedente ad oggi). È così che affaccia un altro mondo di cosiddetti "Big data", quello più comune, ricercato, analizzato e selezionato dai tanti ambiti e settori produttivi e merceologici: il mondo dei dati personali, dei gusti, delle preferenze, dei dati statistici, etc.

Uno sviluppo possibile è quindi il rilevamento di dati finalizzato all'analisi statistica dei fruitori del patrimonio culturale, attraverso una tecnologia innovativa che in modo semplice e intuitivo catturi preferenze, gusti, abitudini.

BIBLIOGRAFIA

Giovanni M., 2014, *Conoscere e rappresentare. Appunti di filosofia per la comunicazione*, Heritage Club, Torino
 Guerrini M, Possemato T., 2015, *Linked data per biblioteche, archivi e musei*, Editrice Bibliografica, Milano.
 Antinucci F., 2014, *Comunicare nel museo*, Laterza, Bari-Roma.

ABSTRACT

In this article we explain TAP THE ARTWORK (ARTAP), a project by Heritage Srl, an innovative startup based in Turin that works in the field of Smart Cultural Heritage. In a museum context, Heritage aims to make cultural fruition into an "event" and make the experience of fruition easy, "smart", and appealing. ARTAP is an innovative framework of mobile Apps for museums, designed and created by providing contextual information, scenarios, personalization, in-depth analyses and full-immersion fruition, through the use and integration of innovative technology and new forms of communication (Storytelling, User experience & User interface).

PAROLE CHIAVE

MUSEI; FRUIZIONE; MOBILE; TECNOLOGIA BEACON, STORYTELLING; GUIDA INTERATTIVA; SMART CULTURAL HERITAGE

AUTORE

ELISABETTA BRUNO
 ELISABETTA.BRUNO@HERITAGE-SRL.IT
 CEO & FOUNDER DI HERITAGE SRL

PIETRO TOSCO
 PIETRO.TOSCO@HERITAGE-SRL.IT
 DIGITAL CONTENT MANAGER DI HERITAGE SRL

WWW.HERITAGE-SRL.IT

MOSTRA
EVENTO

MERAVIGLIE DELLO STATO DI CHU

楚国的辉煌

13 MARZO - 25 SETTEMBRE

ESTE

(PD) MUSEO NAZIONALE ATESTINO

ADRIA

(RO) MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE

VENEZIA

MUSEO D'ARTE ORIENTALE CA' PESARO

INFO WWW.MOSTRACHU.IT FOLLOW US  

PROGETTO A CURA DI
**CVLTOVR
ACTIVE**
 cultura in movimento

PROMOSSO DA



CON IL CONTRIBUTO DI



GRAZIE A

