

Kalós

l'accento sul bello



SEMESTRALE ANNO I N. 2 DICEMBRE 2019 € 7,50

30002

ISSN 1827-8671

9 771827 867008

Musei e media digitali di Nicolette Mandanaro

Carocci editore, 2019
pagine 128
euro 12,00



Quali sono le sfide comunicative che deve porsi oggi un museo? E quali i media più adatti per dialogare con i visitatori di tutte le età? A queste domande l'agile volume *Musei e media digitali* risponde attraverso una scansione precisa dei temi scelti e l'analisi di diversi casi studio nazionali e internazionali. Nel ricostruire il rapporto tra musei e media digitali, l'autrice si sofferma da un lato sugli strumenti digitali di cui oggi un museo può disporre e dall'altro su come viene veicolata l'identità stessa del museo sul web e sui social. In sintesi, non è tanto l'innovazione tecnologica a decretare l'evoluzione del museo quanto la politica culturale complessiva e, di conseguenza, la scelta di un discorso comunicativo coordinato e strategico. Il libro analizza come alcune tecnologie siano state utilizzate e sfruttate in maniera intelligente: si va dall'uso di totem e tavoli multimediali alle app, passando per la realtà aumentata o i videogiochi. Si tratta di sistemi che cercano di migliorare la fruizione del bene esposto aumentando la portata di conoscenza e coinvolgendo i visitatori in esperienze che valorizzano la dimensione didattica o ludica.

Le app dei musei permettono all'utente di accedere a narrazioni transmediali diverse. Il MoMA di New York ha scelto, ad esempio, di privilegiare la dimensione dell'ascolto inserendo nella sua app dei contenuti audio che ripensano l'idea stessa di audioguida; l'applicazione del British Museum viene invece presentata come una guida portatile al museo con approfondimenti sui periodi storici e sulle opere. A queste si affiancano diverse esperienze digitali che dialogano con le collezioni dei vari musei: *Smartify* è un'app che consente di identificare le opere d'arte inquadrando; *Canvas* offre invece immagini di opere d'arte ad altissima risoluzione in grado di mostrare dettagli non visibili a occhio nudo. Alle

app si aggiungono poi esperienze di *gaming* o, ancora, quelle legate al videomapping che vanno a intervenire temporaneamente sugli edifici dei musei attraverso videoproiezioni che valorizzano l'aspetto performativo.

Le esperienze *indoor* vanno approfondite anche con quelle *outdoor*. Due libri usciti recentemente per Terre di mezzo – *MAUA. Museo di arte urbana aumentata* (Milano e Torino) – si focalizzano sull'uso della tecnologia della realtà aumentata per la fruizione delle opere di arte urbana. Il lettore viene così guidato in un percorso legato alla street art che fornisce un'adeguata contestualizzazione e localizzazione delle opere sfruttando l'uso della tecnologia. La realtà aumentata non sostituisce la nostra visione ma arricchisce di informazioni ciò che vediamo attraverso l'ausilio di immagini, animazioni, video o testi, utilizzando lo smartphone: ogni opera inquadrata ne genera una nuova sullo schermo.

Il museo d'arte urbana aumentata si propone come un nuovo modello in cui «digitale e reale si fondono creando una nuova sintassi creativa, nuovi schemi di progettazione e nuovi risultati percettivi».



MAUA – Museo di arte urbana aumentata. Torino
Terre di mezzo editore, 2019 | pp. 152 | € 12,50