

POLITECNICO DI MILANO
SCUOLA DEL DESIGN

IL MUSEO VIVE.

Progetto per la fruizione
e la comunicazione della
Casa-museo Boschi Di
Stefano.

Relatrice Professoressa Anna Mazzanti
Autore: Lorenzo Bressan 967362

Anno Accademico 2022-2023



POLITECNICO
MILANO 1863

SCUOLA DEL DESIGN

Corso di Laurea Magistrale in
Interior and Spatial Design
Classe LM12 - Design

Il museo vive
progetto per la fruizione e la
comunicazione della Casa-museo
Boschi Di Stefano

Relatrice:
Anna Mazzanti

Tesi di:
Lorenzo Bressan
967362

Anno Accademico 2022/2023

**Alla mia famiglia,
a Sofia,
agli amici del BVS.**

**Ringrazio la professoressa Anna Mazzanti
che mi ha seguito in questo studio.**

**Fondamentale è stata la disponibilità da
parte della Casa Museo Boschi Di Stefano,
nelle persone di Chiara Fabi che ha dato il
via a questo progetto, e di Chiara Battezzati.**

INDICE

ABSTRACT	10
INTRODUZIONE	12
CAPITOLO 1	14
IL MUSEO TRADIZIONALE	
1.1 Il Museo	16
1.2 Le case-museo o museo-case	12
1.3 La Wallace Collection	29
1.4 La Fondazione Querini Stampalia	34
1.5 Il Museo Poldi Pezzoli	38
CAPITOLO 2	48
LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA	
2.1 Comunicare la cultura tramite un museo	50
2.2 Il Museo digitale	54
2.3 Il Museo Virtuale	59
2.4 Esempi On-Site	65
A. Totem e tavoli multimediali	65
B. Realtà aumentata, realtà virtuale e realtà mista	67
C. Videomapping	71
D. Chatbot	69
E. Videogiochi	75
F. App	79
2.5 Esempi Online	83
A. I siti web museali	86
B. Le piattaforme social	89
• Facebook	90
• Instagram	92
• Twitter	93
• YouTube	95
• TikTok	97
2.6 Esperienze phygital	100

CAPITOLO 3	108
IL CONTESTO	
3.1 I Distretti museali di Milano	110
3.2 Il progetto Storie Milanesi	115
3.3 Circuito della Case Museo, un confronto	118
4.4 La Casa Museo Boschi Di Stefano	124
3.5 Report fotografico. L'appartamento oggi	138
CAPITOLO 4	146
IL PROGETTO	
4.1 La richiesta	148
4.2 Un nuovo modo di fruire il museo	150
4.3 I booklet	154
4.3 La web app	158
CONCLUSIONE	170
BIBLIOGRAFIA	174
SITOGRAFIA	176

ABSTRACT

Questa tesi si incentra sulla tipologia delle case museo e sul tema della loro fruizione. Nella prima parte della seguente tesi è stato presentato il contesto: definizione di museo, quali sono gli obiettivi dei musei, e in particolare modo degli specifici case-museo. Sono stati approfonditi in particolare tre casi studio: la Wallace Collection, la Fondazione Querini Stampalia e il Museo Poldi Pezzoli. Di seguito un excursus sulla tecnologia che si mette al servizio della cultura all'interno di musei, sia da un punto di vista di tecnologie digitali sia di tecnologie virtuali. In particolare, è stato studiato l'utilizzo delle tecnologie per aiutare e facilitare la visita e per far comunicare con l'esterno i musei. Nella seconda parte della tesi è stato fatto uno studio sulla situazione museale del Comune di Milano, in particolare della sua divisione in quattro distretti culturali. Le attività di valorizzazione del circuito museale delle dimore si unisce e associa ad altri progetti o circuiti come possono essere il progetto Storie Milanesi o il Circuito delle Case Museo in un virtuoso esempio di cooperazione. All'interno di tutto questo, l'unico ente museale sempre presente nei diversi circuiti è la Casa Museo Boschi Di Stefano. Partendo da una esigenza evidenziata dalla direzione e dalla conservatrice del museo nel 2021, Chiara Fabi, proposta come tema di attività laboratoriale all'interno del corso Arte contemporanea e spazi presso la Scuola del Design, tenuto dalla professoressa Anna Mazzanti, si è sviluppato quindi, un sistema di fruizione che superasse lo strumento di informazione tradizionale, le schede di sala. Si è quindi studiato un sistema misto phygital con la progettazione di diversi percorsi, col fine di cercare di far vivere il museo in una modalità diversa, più coinvolgente, facendo sì che il visitatore diventi parte attiva e viva della propria visita.

This thesis focuses on the typology of house museums and the topic of their use. In the first part of the following thesis, the context was presented: the definition of a museum, what are the aims of museums, and in particular of specific case museums. Three case studies in particular were explored: the Wallace Collection, the Fondazione Querini Stampalia and the Museo Poldi Pezzoli. The following is an excursus on the technology that is put at the service of culture in museums, both from the point of view of digital and virtual technologies. In particular, the use of technology to help and facilitate visits and to make museums communicate with the outside world was studied. In the second part of the thesis, a study was made of the museum situation in the City of Milan, in particular of its division into four cultural districts. The enhancement activities of the museum circuit of the residences join and associate with other projects or circuits such as the Storie Milanesi project or the Circuito delle Case Museo in a virtuous example of cooperation. Within all this, the only museum institution always present in the various circuits is the Boschi Di Stefano House Museum. Starting from a need highlighted by the museum's director and conservator in 2021, Chiara Fabi, and proposed as the subject of a workshop activity within the course Contemporary Art and Spaces at the School of Design, held by Professor Anna Mazzanti, a system of use was developed that would go beyond the traditional information tool, the room cards. A mixed phygital system was therefore studied with the design of different routes, with the aim of trying to make the museum experience the museum in a different, more engaging way, making the visitor become an active and living part of their visit.

INTRODUZIONE

Questa tesi nasce dall'opportunità che Casa Museo Boschi Di Stefano ha dato durante il corso "Arte Contemporanea e Spazi" dell'a.a. 2021/2022 al Politecnico di Milano, di poter svolgere un micro-tirocinio in cui alcuni studenti avevano la possibilità di collaborare nella progettazione di strumenti digitali per la valorizzazione e la comunicazione della collezione. L'obiettivo di questa attività nell'ambito della didattica innovativa era quello di sviluppare una nuova modalità di fruizione della casa museo da parte dei visitatori.

Casa Museo Boschi Di Stefano è una delle quattro case-museo di Milano, post mortem dono fatto al Comune di Milano da parte dei coniugi Mariella Di Stefano e Antonio Boschi. Questo museo si trova nell'appartamento dove vissero i coniugi, dentro una palazzina progettata da Portaluppi, a Milano in via Jan 15. La collezione è composta da più di duemila opere di arte contemporanea comprate dai padroni di casa durante la loro vita, acquisti frutto di passione per l'arte ma anche di amicizia con i vari artisti italiani che hanno operato in particolare a Milano.

La tesi analizza la varietà di case museo in Italia, ne studia la nascita, come vengono classificate e come si presentano al pubblico, per capire come le istituzioni simili alla Casa Museo Boschi Di Stefano, approcciano la fruizione fisica e digitale della cultura che custodiscono e che rendono visibile al pubblico. In particolare racconta quest'ultimo punto, fondamentale per lo sviluppo e l'affinamento di strategie di fruizione innovative che si avvalgono del digitale e hanno lo scopo di introdurre e ambientare il visitatore nello spazio espositivo educandolo, informandolo con una naturale attivazione di interesse.

Nella seconda parte della tesi vengono espone molte azioni che i Musei devono affrontare per affrontare il mondo digitale, tecnologico e ipercon-

nesso degli ultimi anni. In particolare, verranno mostrate alcuni esempi virtuosi di utilizzo della tecnologia all'interno del museo, dell'utilizzo del digitale per la comunicazione e la divulgazione dei propri contenuti e il rapporto che viene quindi creato con i visitatori, non solo come fruitori della cultura, ma portati ad un piano superiore dove diventano anche critici e commentatori di quello che vedono.

Nel terzo capitolo viene analizzata più nel dettaglio la Casa Museo Boscchi Di Stefano. In particolare si ripercorre la storia dei coniugi, il rapporto con l'arte e con gli artisti che avevano, come si presentava la dimora mentre i coniugi erano in vita, la donazione al Comune di Milano, come diventi una casa museo e le trasformazioni allestitive che ne conseguono, la sua gestione attuale e come si presenta ad oggi al suo pubblico.

Infine viene presentato il progetto avviato durante il micro-tirocinio e perfezionato e completato dopo tutta la fase di ricerca. Il progetto si propone di sviluppare diversi percorsi che possano aiutare i visitatori ad accostarsi, entrare in dialogo e in relazione dialettica e attiva alla casa museo, partendo da una visita generale delle opere che sono esposte fino ad arrivare a percorsi trasversali: in particolare le amicizie tra i coniugi e gli artisti, con l'intento di studiare strategie di accostamento più coinvolgenti. Inoltre sono presentati un percorso per ipovedenti e un percorso dedicato ai bambini, per poter far visitare la collezione a tutte le tipologie di visitatori. Questi percorsi sono fruibili tramite dei menabò fisici da prendere all'ingresso della casa o tramite una web app. L'utilizzo della web app va anche oltre la visita al museo poiché rende fruibile in autonomia dalla visita al museo l'intero archivio delle opere della collezione, anche quelle al momento della visita non esposte.

Una caratteristica principale del progetto intende essere la generazione di materiale riutilizzabile anche da non esperti in materia di progettazione e creatività di materiale comunicativo, in modo tale che il personale della casa-museo possano aggiornare il materiale o crearne di nuovi per rispondere a bisogni futuri senza che sia necessario stravolgere la creatività della comunicazione proposta.



CAPITOLO 1

IL MUSEO TRADIZIONALE

- 1.1 Il museo
- 1.2 Le case-museo o museo-case
- 1.3 La Wallace Collection
- 1.4 La fondazione Querini Stampalia
- 1.5 Il Museo Poldi Pezzoli

1.1 IL MUSEO

L'istituzione museo non è facilmente classificabile e definibile in maniera chiara, in quanto la definizione deve soddisfare tutte le sfaccettature che possono avere le diverse tipologie di museo. Inoltre, dalla definizione dipendono poi tutti gli obiettivi, i lavori e i lavoratori che vivono all'interno dei musei. Per questo motivo negli anni è nata ICOM (acronimo di International Council of Museum), un'organizzazione internazionale di musei e professionisti museali che si impegna nella ricerca, nella conservazione, nella continuazione e nella comunicazione alla società del patrimonio naturale e culturale del mondo, presente e futuro, tangibile e intangibile¹. Questa organizzazione, nasce nel 1946 a livello internazionale e l'anno successivo in Italia. Dal momento che ICOM è presente sul territorio italiano pone in essere le proprie attività seguendo e assecondando la sua mission. Nel loro sito infatti vengono specificate le 4 componenti principali di cui si ha visione in seguito²:

- **promuovere** il raggiungimento in tutti i musei di livelli di qualità atti a garantire lo svolgimento delle funzioni essenziali e un ruolo attivo nella società contemporanea, attraverso la circolazione di standard tecnici definiti a livello nazionale e internazionale. Tutto questo nel rispetto del Codice Etico di ICOM, la formazione e l'aggiornamento continuo dei professionisti, la sensibilizzazione degli enti proprietari e dei gestori, la diffusione di positive esperienze nazionali e internazionali;
- **contribuire** alla definizione di politiche nazionali e territoriali di programmazione e di sostegno agli istituti museali, in una visione integrata del patrimonio culturale e del paesaggio, mettendo a disposizione delle istituzioni e delle comunità il bagaglio di competenze ed esperienze dei suoi organi direttivi e di tutti i soci;
- **sostenere** lo sviluppo di una comunità di professionisti museali, a prescindere dalle situazioni ambientali, istituzionali e contrattuali in cui operano, e avvia forme di collaborazione con altri professionisti della cultura ed esperti di altre discipline;

1 <https://icom.museum/en/about-us/missions-and-objectives/>, Consultato il 17 gennaio 2023

2 <https://www.icom-italia.org/missione-di-icom-italia/#>, Consultato il 6 febbraio 2023

Vista del
Guggenheim
Museum di Bilbao.
L'architettura è essa
stessa una scultura.



- **stimolare** lo studio e il dibattito sui principali temi della museologia, in rapporto con le elaborazioni teoriche e le esperienze concrete prodotte nei Paesi.

Essendo il compito principale dell'ICOM quello di riunire tutti i musei e i professionisti museali in un'associazione, è di fondamentale importanza aggiornarsi rispetto ai cambiamenti culturali che avvengono nelle società di tutto il mondo. Per questo, il primo passo per garantire un'ottimo coinvolgimento di tutti è avere una definizione di museo che sia al passo coi tempi. A questo scopo nell'agosto del 2022 a Praga, nell'ambito dell'Assemblea Generale Straordinaria dell'ICOM è stata approvata una nuova definizione ufficiale di museo, che aggiorna quella approvata nel 2007 a Vienna, che era la seguente:

Il museo è un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo, aperta al pubblico, che effettua ricerche sul patrimonio tangibile e intangibile dell'uomo e del suo ambiente, lo acquisisce, lo conserva, lo comunica e in particolare lo espone per scopi di studio, educazione e diletto³.

3 <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo-scelta-la-proposta-finale-che-sara-votata-a-praga-2/#>, Consultato il 6 febbraio 2023

1.1 IL MUSEO

Il processo di modifica della definizione di museo era iniziato nel 2016 all'Assemblea Generale tenutasi a Milano, e solo con un grande lavoro di anni, in cui si è cercato di aggiornare la definizione per rispondere a tutte le esigenze dei vari enti nazionale e dei professionisti si è arrivati ad approvare con il 92,4% dei voti favorevoli la seguente definizione⁴:

Il museo è un'istituzione permanente senza scopo di lucro e al servizio della società, che effettua ricerche, colleziona, conserva, interpreta ed espone il patrimonio materiale e immateriale.

Aperti al pubblico, accessibili e inclusivi, i musei promuovono la diversità e la sostenibilità.

Operano e comunicano eticamente e professionalmente e con la partecipazione delle comunità, offrendo esperienze diversificate per l'educazione, il piacere, la riflessione e la condivisione di conoscenze⁵.

Come viene spiegato sul sito dell'ICOM Italia, confrontando questa definizione di museo e quella che nel 2007, è stata votata a Vienna si introducono alcuni elementi importanti che sono diventati ricorrenti nel dibattito museologico e nella coscienza dei professionisti museali. Nel primo periodo della definizione, vengono riprese sostanzialmente le caratteristiche identitarie e le funzioni universalmente riconosciute del museo, con alcune modifiche. La ricerca è posta al primo posto, in quanto considerata preliminare a tutte le altre azioni. Il termine "colleziona" si adatta meglio al patrimonio intangibile o diffuso e segna una distanza rispetto alla necessità di proprietà o possesso del bene. Viene inserita l'"interpretazione" accanto all'esposizione, a sottolineare il lavoro di studio e descrizione dei beni e dei contesti, nonché la rielaborazione e mediazione dei significati e dei valori, affidata ai professionisti e

4 <https://www.artribune.com/professioni-e-professionisti/politica-e-pubblica-amministrazione/2022/08/accessibile-inclusivo-sostenibile-nuova-definizione-museo-icom/>, consultato il 6 febbraio 2023

5 <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>, Consultato il 16 gennaio 2023

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

comunicata al pubblico. Le finalità dello studio, dell'educazione e del diletto/intrattenimento sono spostate alla fine del secondo periodo, con alcune modifiche e integrazioni.

Nel secondo periodo, invece, sono evidenziate la visione e il *modus operandi* dei musei, inserendo alcune parole chiave fortemente innovative e largamente condivise dalla comunità di ICOM, come emerso dalle indagini effettuate: l'accessibilità e l'inclusività, che vanno ben oltre l'apertura al pubblico della precedente definizione; il rispetto e la promozione della diversità e della sostenibilità; il richiamo a un comportamento etico e all'esigenza di professionalità nello svolgimento delle funzioni proprie del museo; la partecipazione delle comunità e la condivisione delle conoscenze; la necessità di un'offerta ampia e diversificata per far sì che la visita si trasformi in un'esperienza che educi, dia piacere (godimento, svago, benessere), solleciti la riflessione, estenda e metta in relazione le conoscenze.⁶

Questa nuova definizione di museo permette sempre di più di comprendere il ruolo che i musei si pongono nei confronti della società e anche le azioni che cerca di attuare per compiere gli obiettivi prefissati. Inoltre, si aggiorna anche rispetto al nuovo ruolo che il museo deve avere in questa società che continua a cambiare oltre a far sì che tutte quelle nuove tipologie di musei che negli anni nascono per rispondere alle richieste/necessità che la società stessa chiede alla cultura. Questo continuo aggiornamento è importante perché il museo, come viene specificato nell'articolo 1 del decreto legge del 23 Dicembre 2014 emesso dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, è una istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. E' aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e le espone a fini di studio, educazione e diletto, promuovendone la conoscenza presso il pubblico e la comunità scientifica⁷. Questa dichiarazione e la seguente riorganizzazione del

6 <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo-scelta-la-proposta-finale-che-sara-votata-a-praga-2/#>, Consultato il 6 febbraio 2023

7 Decreto Ministeriale 23 dicembre 2014

1.1 IL MUSEO

sistema nazionale dei musei, insieme alla decisione di dare una maggiore autonomia da un punto di vista amministrativo e scientifico ai musei da un valore aggiunto all'importanza del museo, che non è solo un contenitore di oggetti e storie ma è il primo luogo dove una società può trovare risposte ai propri bisogni, di svago, divertimento, conoscenza, ricerca e condivisione. Oltre al fatto che il museo sta diventando sempre di più un luogo economicamente strategico, in quanto calamità di turisti da tutto il mondo.

Ma che cos'è un museo? Qualche volta un museo è un'opera d'arte, come può essere considerato il Guggenheim Museum di Bilbao, la cui architettura è famosissima, ma pochi sanno veramente cosa è esposto all'interno⁸. Ma quasi sempre è (o è anche) un'altra cosa, cioè non si limita solo alla funzione di museo, ma sempre di più all'interno delle architetture ci sono spazi dedicati ad altre funzioni, come i bar, i negozi ecc., che sicuramente aiutano il museo ad andare in contro alle richieste della società e dei visitatori ma che escono dalle funzioni principali del museo. Ne nascono di conseguenza anche nuovi edifici che architettonicamente (e a livello espositivo) ignorano cosa sia un museo e ignorano di non essere un museo. Per esempio, il Museo della Scienza La Villette di Parigi è tutto (anche un luna park), ma non un museo. Che cosa, dunque, caratterizza inequivocabilmente un museo? Gli oggetti, le opere, e collezioni in esso conservati. Museo è dove esiste una raccolta di oggetti da conservare: senza oggetti non esiste museo. Le attività cosiddette museali, culturali e di rapporto col pubblico sono una conseguenza dell'esistenza degli oggetti; una conseguenza che potrebbe anche non verificarsi. Tant'è vero che esistono anche i musei chiusi.

Che cosa non è un museo? Un museo non è un archivio (di documenti-opere invece che di documenti cartacei); deve disporre ed esporre le sue opere per trasmettere messaggi.

Considerando tutte le analisi effettuate e gli approfondimenti svolti, non si riesce a giungere ad una conclusione univoca che riesca ad evidenziare un denominatore comune tra tutti i musei: ma essi sono individualità

8 P. Werner, Museo Spa. La globalizzazione della cultura, Johan & Levi, 2009

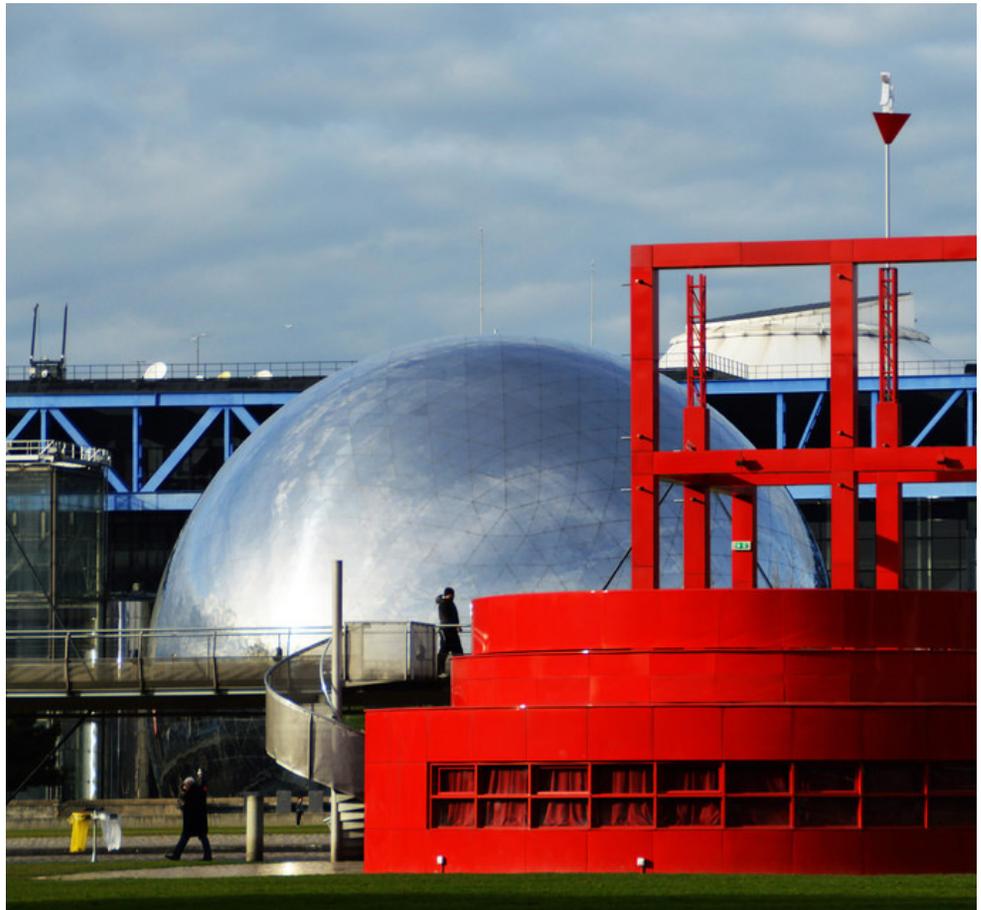
CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

storiche diverse le une dalle altre, molto più delle biblioteche, alle quali di solito (ma ingiustamente) vengono apparentati; poiché il messaggio di un museo è molto complesso, fatto di una globalità differenziata, di parti diverse e tutte ugualmente importanti; poiché il museo è un luogo che invita non solo alla consultazione ma anche all'emozione estetica⁹.

Per questo motivo i musei vengono classificati anche per tipologia, perché ognuna di esse ha bisogno di un modo diverso di essere curato, guardato e visitato. Tra le tipologie di musei che sempre di più sono presenti all'interno della società attuale sono le case-museo o museo-case.

9 A. Mottola Molfino, *Il Libro dei Musei*, Umberto Allemandi & C, 1998

Vista del Parco del museo della Scienza Le Villette di Parigi. L'insieme di tutte le architetture, del parco eal cui interno c'è un luna park.



1.2 LE CASE-MUSEO O MUSEO-CASE

Per meglio aiutare nella gestione e comprensione delle problematiche delle varie tipologie di museo, l'ICOM si compone di diverse commissioni che si occupano ciascuna di un ambito museale diverso. Nel 2000 nasce DEMHIST che è un Comitato internazionale, e si occupa della conservazione e della gestione delle case museo. Il suo nome è un'abbreviazione del termine francese "DEMeures HISToriques". I suoi obiettivi, che sono dichiarati all'interno del sito internet internazionale della commissione, includono lo sviluppo di standard per la conservazione, il restauro e la sicurezza delle case museo, nonché l'assistenza allo sviluppo della comunicazione con altri professionisti e visitatori delle case museo. Altre preoccupazioni riguardano i modi per migliorare le relazioni con la comunità, aumentando al contempo la visibilità e il turismo¹.

DEMHIST nasce dopo una conferenza tenuta a Genova nel 1997 dove rappresentati di tutto il mondo e professionisti che lavorano presso l'ambiente delle case-museo o museo-case, definite dall'enciclopedia Treccani come: *abitazioni private di particolare interesse storico e culturale, di solito perché abitate in passato da un personaggio illustre, trasformate in museo aperto al pubblico*², si sono ritrovati per mettere a confronto le proprie esperienze, tra professionisti e enti che hanno a che fare con problematiche simili, e grazie alla nascita di DEMHIST possano creare una rete che gli faciliti nella comunicazione e nella ricerca tra lavoratori di questa tipologia di musei, senza dover passare per altri enti. Di questo incontro verrà pubblicato un importante volume, *Abitare la Storia - Le dimore storiche-musei - restauro sicurezza didattica comunicazione*, che sarà poi una pietra miliare per lo studio di qualsiasi ambito che riguarda le case museo. Infatti chi si occupa della gestione di dimore museo si imbatte in questioni simili agli altri musei come la conservazione degli oggetti, studi, ricerche e pubblicazioni, presentazione in situ, sicurezza, necessità di didattica adattata ai diversi tipi di pubblico ed agli studenti, nuove

1 <https://icom-demhist.org/what-is-demhist/>, Consultato il 9 febbraio 2023

2 https://www.treccani.it/vocabolario/casa-museo_%28Neologismi%29/, Consultato il 28 febbraio 2023

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

Vista aerea del Vittoriale degli Italiani. La casa di D'Annunzio si trova sul lago di Garda ed è un'esempio di casa museo di uomo illustre.



tecnologie, ricerca di mecenatismo, necessità d'animazione, organizzazione delle mostre ecc. Ma oltre a questo le dimore storiche si devono occupare di argomenti con degli obblighi supplementari: esse devono infatti rispettare la storia e i suoi diversi periodi; far rivivere, evocare e far comprendere il ruolo, la personalità, il gusto di chi ha abitato le case, dei creatori, dei committenti, permettendo una visita completa in luoghi che non si possono mettere sotto vetrina.

Questo modello di accumulazione museale che abbiamo indicato col termine di casa-museo ha avuto la sua prima formulazione nei decenni centrali dell'Ottocento e la sua grande fortuna nella cultura collezionistica è esplosa nell'ultimo quarto del secolo scorso. Per questo motivo è stato sempre più urgente arrivare ad avere un ente che si occupasse a livello

1.2 LE CASE-MUSEO O MUSEO-CASE

internazionale di tutte le problematiche e situazioni comune che si possono verificare all'interno di queste case museo.

Durante la conferenza di Genova sono stati messi a tema tante questioni che riguardano questa tipologia di musei, tra cui qual è il significato di casa e cosa rappresenta. Durante il loro intervento, Rosanna Pavoni e Ornella Selvafolta, provano a semplificare molto il concetto di casa, arrivando a dire che essa ha sostanzialmente due dimensioni, una privata e interna, ed un'altra pubblica ed esterna. Insieme queste due tessono la trama di tutte le case. Infatti, pochi interni sono concepiti senza considerare il possibile sguardo delle persone che non vivono quotidianamente la casa, così essa non si esaurisce mai nell'orbita personale dei suoi abitanti, ma deve indurre a riflettere sulle possibili mediazioni esterne che sono intervenute nel suo allestimento. Basta pensare a come la casa esprima pubblicamente, e abbia costantemente espresso nel tempo della storia, la posizione gerarchica dei suoi abitanti, e come anche la sua distribuzione interna e l'utilizzo privato delle stanze obbediscano per lo più a rituali di comportamento che trovano riscontro nelle strategie dell'organizzazione sociale³.

Infatti, la casa museo è il luogo dove qualcuno ha abitato (uomo o donna o di qualsiasi rango sociale) e che porta ancora i segni e le forme della cultura e della società a cui quel qualcuno è appartenuto: nelle trame dell'abitare rimangono impigliati indizi, vicende, gusti e manie che in nessun altro museo si possono trovare e che raccontano storie personali e sociali, dinastiche ed economiche, collezionistiche e imprenditoriali, con un linguaggio che appartiene a tutti. È possibile però inoltre, che alcune case non vengano mai abitate, perché costruite o allestite apposta per essere musei: cioè ricostruzioni di ambienti dedicati a spiegare come viveva una fascia della società in un certo luogo, in un determinato periodo storico, con precise condizioni economiche e ambientali. Perché è più semplice e più efficace cogliere fatti, idee, problemi, gusti attraverso gli ambienti (anche simulati) della vita quotidiana che non sui libri di

³ R. Pavoni e O. Selvafolta, *Le diversità delle dimore-museo: opportunità di una riflessione*, L. Leoncini e F. Simonetti (a cura di), *Abitare la Storia - Le dimore storiche-musei - restauro, sicurezza, didattica, comunicazione*, Umberto Allemandi & C, 1998

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

storia o nei musei canonici.

Le case museo non sono pinacoteche, che sono musei o parti di musei che espongono solo opere di pittura, non sono musei d'arte decorativa, non sono musei di storia, non sono musei etnoantropologici, anche se possono in parte assomigliare a tutte queste tipologie di musei; le case museo sono un modo diverso di conoscere una società nel tempo, la cultura e le mode che vi sono passate e hanno lasciato il segno, le condizioni di vita di comunità, di persone, di gruppi sociali. Come pochi altri musei, le case sono profondamente radicate nel territorio dove si trovano perché fanno parte della sua storia, del suo paesaggio, della sua gente; ne interpretano le qualità anche meno evidenti a uno sguardo frettoloso e, potremmo dire, diventano la dimora del *genius loci*, la cui presenza continua dava carattere, coesione e "spirito" al luogo che tutelava. Nella loro apparente similitudine, ognuna è portatrice di una propria originalità, non solo perché sono differenti le ricchezze, i secoli, la società, le finalità con le quali e per le quali sono state realizzate, ma anche perché ognuna è il risultato dei bisogni, delle aspettative, delle scelte della persona o delle persone che l'hanno abitata o del curatore del museo che l'ha ricostruita. In ogni dimora si trova un indizio di una storia unica e irripetibile; eppure, condivisa da molti: una casa può essere esemplare di una moda artistica largamente diffusa, o di un collezionismo che valica i confini nazionali, o di un cambiamento sociale e epocale, o del linguaggio simbolico di forme e di decori. Questa qualità "parlante" delle case museo fa sì che la singola visita possa essere ricucita al bagaglio di conoscenze che ciascuno porta con sé con naturalezza, quasi senza accorgersene, senza il peso della lezione che va imparata, piuttosto con la semplicità delle esperienze che arricchiscono perché trovano la propria collocazione in quello spazio virtuoso che sta tra la rassicurante consapevolezza di ciò che è noto e la curiosità.

Per aiutare i professionisti e i visitatori delle case-museo è stata fatta

1.2 LE CASE-MUSEO O MUSEO-CASE

una classificazione delle varie tipologie di dimore, che le divide in 9 categorie differenti:

1. **Case di uomini illustri**, abitazioni di scrittori, artisti, musicisti, politici, eroi militari, imprenditori... cioè di personaggi famosi internazionalmente o in grado di incarnare localmente i valori e le qualità in cui la comunità si riconosce e attraverso cui si presenta.

2. **Case di collezionisti**, dimore volute, ideate, arredate da collezionisti, e dunque documenti del gusto del collezionare e dell'abitare di un determinato periodo storico.

3. **Case “della bellezza”**, dimore dove la prima ragione per l'esistenza del museo è la casa come opera d'arte, vuoi per la struttura architettonica, vuoi per gli arredi e decori mobili, vuoi per la coerenza complessiva del progetto.

4. **Case testimoni di eventi storici**, case che commemorano un evento o che rappresentano efficacemente i mutamenti stessi vissuti dalla società nel tempo, attraverso i cambiamenti della qualità della vita quotidiana e domestica.

5. **Case volute da una comunità**, case trasformate in museo non per particolari ragioni storiche o artistiche ma perché la comunità locale le ha viste come uno strumento in grado di preservare la memoria e come luogo ideale per attività culturali.

6. **Dimore nobiliari**, ville e palazzi dove generazioni di una stessa famiglia o di famiglie che vi si sono succedute hanno lasciato i segni della propria storia.

7. **Palazzi reali e luoghi del potere**, regge e dimore ormai storicizzate e completamente musealizzate o (come spesso avviene all'estero) ancora parzialmente utilizzate per l'originaria funzione.

8. **Case del clero**, monasteri, abbazie e altre residenze ecclesiastiche aperte al pubblico con un uso residenziale sia passato che attuale.

9. **Case a carattere etnoantropologico**, documenti di un mondo scomparso, come le case contadine in una società pre-industrializzata.

La casa museo di Carlo Levi ad Alviano. La casa ha ospitato lo scrittore quando era al confino e lo ha ispirato per la celebre opera *“Cristo si è fermato ad Eboli”*.



Queste case museo hanno avuto in tempi recenti una rinnovata fortuna, legandosi spesso agli ecomusei, luoghi capaci di parlare di una comunità attraverso il paesaggio, le manifestazioni della vita e del lavoro, e dunque anche grazie alle forme dell'abitare⁴.

Ma che differenza c'è tra casa-museo e museo-casa⁵? La distinzione è sottile, ma non inutile, perché molte case di collezionisti sono state concepite fin dall'inizio dai loro stessi creatori-raccoglitori come dei futuri musei; Altre invece erano delle splendide case arredate con oggetti antichi e dipinti da collezione, con la "semplice" utilità di essere casa per qualcuno. Grazie, però alla ricchezza in esse contenute è possibile, cista anche la definizione di museo vista precedentemente, *“Il museo è un'istituzione permanente senza scopo di lucro e al servizio della società, che effettua ricerche, colleziona,*

4 R. Pavoni, Case museo: una tipologia di musei da valorizzare, in ICOM: International <http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/icom-argentina/pdf/case_museo_it.pdf, (2012), Consultato il 28 Febbraio 2023

5 A. Mottola Molino, Il Libro dei Musei, Umberto Allemandi & C, 1998

1.2 LE CASE-MUSEO O MUSEO-CASE

conserva, interpreta ed espone il patrimonio materiale e immateriale. Aperti al pubblico, accessibili e inclusivi, i musei promuovono la diversità e la sostenibilità. Operano e comunicano eticamente e professionalmente e con la partecipazione delle comunità, offrendo esperienze diversificate per l'educazione, il piacere, la riflessione e la condivisione di conoscenze” definirle come musei.

Di seguito verranno esposti tre casi studio di case-museo internazionali e nazionali che ci permettono di comprendere le grandissime differenze e similitudini che hanno queste tipologie di musei, e di come questi tre si avvicinino al loro compito di museo. Le tre case museo che verranno presentate sono: la Wallace Collection, famosa collezione di Londra, che viene gestita direttamente dal governo britannico e che raccoglie per la maggiore opere d'arte di artisti stranieri, soprattutto francesi; la fondazione Querini Stampalia, che si trova a Venezia. Essa ha una gestione privata e fin da subito, il suo fondatore decise che la sua casa doveva diventare un'istituzione culturale. Il suo obiettivo è sempre stato quello di favorire al meglio la condivisione della conoscenza che ospita, partendo dalla collezione di archivi e manoscritti fino agli ultimi acquisti di arte moderna e contemporanea. Infine, l'ultimo caso analizzato è il Museo Poldi Pezzoli, casa di un collezionista, i cui tesori sono stati donati al Comune di Milano alla sua morte, e che nel tempo è diventato un museo, che ha dovuto

trasformarsi per via della distruzione subita dai bombardamenti della Seconda Guerra Mondiale ma che ha cercato di mantenere sempre questo clima intimo e familiare che è la casa.

L'edificio della Wallace Collection in stile Georgiano accoglie le collezioni della famiglia Wallace.



1.3 LA WALLACE COLLECTION

Un esempio di casa-museo, è la Wallace Collection, un museo d'arte situato a Londra, nel quartiere di Marylebone, fondato nel 1897 da Lady Wallace, vedova del collezionista d'arte sir Richard Wallace.

La casa che ospita la Wallace Collection si chiama Hertford House ed è stata costruita nel XVIII secolo per il politico britannico Edward Seymour, conte di Hertford. La casa ha uno stile georgiano del XVIII secolo e al suo interno include la celebre Grande Galleria, una sala lunga 46 metri che ospita più di 50 dipinti di maestri europei del XVIII secolo, tra cui diversi capolavori. Nel 1797 la casa venne acquistata da Sir Richard Wallace, collezionista d'arte francese che è stato un mecenate generoso, che ha donato anche molte opere d'arte ad altre importanti istituzioni culturali come il Louvre di Parigi, e successivamente ampliata per ospitare la sua vasta collezione di opere d'arte. Dopo la morte di Sir Richard nel 1890, la vedova Lady Wallace decise di lasciare la collezione e la casa alla nazione britannica, e la Wallace Collection fu aperta al pubblico nel 1900¹.

Oggi la casa e la sua collezione sono gestiti dal governo britannico e costituisce uno dei più importanti musei d'arte di Londra. La collezione include più di 5.500 opere d'arte, tra cui dipinti, sculture, mobili, porcellane e armi, che coprono un periodo che va dal XV secolo al XIX secolo. Molte delle opere sono di artisti italiani, spagnoli, fiamminghi, olandesi, francesi e britannici. Tra le opere più importanti ci sono: dipinti di artisti come Rembrandt, Rubens, Velázquez, Canaletto, Gainsborough e Turner; sculture antiche, tra cui una statua greca di Afrodite e un busto romano di Caracalla; una vasta collezione di armi e armature, tra cui spade, pistole, archi e frecce; mobili di epoca barocca e rococò, tra cui una serie di arazzi di Beauvais e di Bruxelles; oggetti d'arte decorativa, tra cui orologi, lampadari, vasi di porcellana e gioielli². La collezione è esposta in

1 <https://www.wallacecollection.org/art/collection/history-collection/>, Consultato il 28 febbraio 2023

2 <https://www.wallacecollection.org/art/collection/>, Consultato il 14 febbraio 2023

1.3 LA WALLACE COLLECTION

circa 30 sale, disposte su tre piani, e ogni sala è arredata con mobili d'epoca e tappezzerie, creando un'atmosfera unica e suggestiva. Ogni stanza è arredata secondo i seguenti temi:

1. Vestibolo: il primo ingresso alla collezione, che ospita una grande fontana di marmo.

2. Grande Galleria: la sala principale della collezione, lunga 46 metri, che ospita dipinti e sculture di maestri europei del XVIII secolo.

3-6. Sale della porcellana: quattro sale che ospitano una collezione di porcellane europee e orientali, tra cui alcuni esempi eccezionali della produzione di Meissen.

7-9. Sale dell'argenteria: tre sale che ospitano una collezione di argenteria europea, tra cui pezzi di epoca rinascimentale e barocca.

10-12. Sale degli arazzi: tre sale che ospitano una collezione di arazzi fiamminghi e francesi, tra cui alcune delle opere più belle e famose della collezione.

13-16. Sale dell'arte antica: quattro sale che ospitano una collezione di opere d'arte antica, tra cui sculture romane e greche, gioielli antichi, vasi in bronzo e ceramiche.

17-20. Sale degli armamenti: quattro sale che ospitano una delle collezioni più importanti al mondo di armi e armature, tra cui spade, pistole, archi, balestre e armature complete.

21-23. Sale degli interni francesi: tre sale che ospitano una selezione di mobili e oggetti d'arte decorativa francesi del XVIII secolo, tra cui alcuni esempi di stile rococò e neoclassico.

24-25. Sale degli interni italiani: due sale che ospitano una selezione di mobili e oggetti d'arte decorativa italiani del XVIII secolo, tra cui alcuni esempi di stile barocco e neoclassico.

26-30. Sale degli interni britannici: cinque sale che ospitano una selezione di mobili e oggetti d'arte decorativa britannici del XVIII secolo, tra cui alcuni esempi di stile gotico e rococò³.

La Wallace Collection è aperta al pubblico tutti i giorni e l'ingresso è

³ <https://www.wallacecollection.org/blog/bloomberg-connects/>, Consultato il 17 febbraio 2023

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

In alto a sinistra:
dettaglio delle sale
delle porcellane.

In alto a destra:
dettaglio delle sale
degli armamenti.

In basso a sinistra:
dettaglio di una sala
degli interni francesi.

In basso a destra:
una sala degli interni
italiani.



1.3 LA WALLACE COLLECTION

gratuito. Per essere visitata la collezione rende disponibili audioguide in differenti lingue, inoltre, è possibile partecipare a visite guidate gratuite, che durano circa un'ora e che coprono le opere più importanti della collezione. Oltre a questo, vengono rese disponibili per i visitatori sedie pieghevoli da portare in giro durante la visita, torce per illuminare le opere e lenti d'ingrandimento. Tutti questi servizi rendono la Wallace Collection un ambiente con un carattere intimo e accogliente, dato anche dalla temperatura mantenuta nelle sale e dalla luce che illumina la stanza che è sia naturale che artificiale, dove è possibile ammirare le opere d'arte in un ambiente elegante ma non troppo formale, e con l'opportunità di avvicinarsi alle opere e di ammirare i dettagli, questo è permesso dalla assenza di teche, vetrine, o limitatori d'accesso, oltre che dalla continua presenza di un inserviente all'interno di ogni stanza, che è in grado di saper spiegare le opere all'interno e a dirti nel museo, e alla fiducia che viene riposta nei visitatori⁴. Per tutte le informazioni che si ha bisogno prima della visita, il museo ha anche un sito web ufficiale dove è possibile trovare qualsiasi informazione sulla collezione, gli orari di apertura e le mostre in corso. Il sito è veramente ben realizzato, *userfriendly*, grazie anche all'utilizzo all'interno di ogni video che è caricato di didascalie e di narratori che utilizzano il linguaggio BSL, *British Sign Language*, ed è pieno di informazioni che aiutano il visitatore ad organizzare e conoscere il museo prima della visita, per renderla più piacevole. Dal sito è possibile inoltre, accedere ad un'applicazione da scaricare che funge da guida digitale, completa di mappe interattive, testi sulle opere e file audio che le spiegano, da ascoltare sia durante la visita che in altri momenti. La particolarità di questa app è che è gratuita e offre guide a oltre 150 musei, gallerie, parchi di sculture, giardini e spazi culturali in un'unica applicazione facile da usare. Essa offre strumenti per pianificare la visita utilizzando anche le prospettive uniche di artisti e curatori. L'app si chiama *Bloomberg Connects* e permette di scoprire facilmente ciò che si ama, sempre e ovunque, come dichiarato dagli ideatori nella prima pagina dell'app⁵.

La Wallace Collection è un esempio illustre di casa che diventa museo,

4 <https://www.wallacecollection.org/visit/access/>, Consultato il 28 febbraio 2023

5 <https://www.bloombergconnects.org>, Consultato il 28 febbraio 2023

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

mantenendo quella atmosfera familiare e intima che è solo delle case. Inoltre è un museo statale che però riesce ad imporsi tra i musei più importanti di Londra, dove deve affrontare la concorrenza di tanti altri enti altrettanto famosi, come il British Museum o la National Gallery⁶ grazie alla qualità delle sue opere d'arte e alla comunicazione che usa, frutto di un corretto utilizzo delle nuove tecnologie come internet, e all'affrontare con tempismo le problematiche o le richieste dei visitatori che frequentano la collezione.

6 <https://whichmuseum.com/place/london-2050/best-museums>, Consultato il 28 febbraio 2023



Grande Galleria: la sala principale della collezione, lunga 46 metri, che ospita dipinti e sculture di maestri europei del XVIII secolo.

1.4 LA FONDAZIONE QUERINI STAMPALIA

Un'altra importante casa museo a livello nazionale è la Fondazione Querini Stampalia, un'istituzione culturale che si trova a Venezia, fondata nel 1868 da Giovanni Querini Stampalia, un nobile veneziano. La Fondazione è situata in Campo Santa Maria Formosa, a pochi passi da Piazza San Marco. La sua sede è un palazzo del XVII secolo, che è stato ampliato e ristrutturato da Carlo Scarpa negli anni '60 del XX secolo.

Il palazzo è stato costruito nel XVII secolo dalla famiglia Querini Stampalia, che lo ha utilizzato come residenza privata per diversi secoli. Nel 1868, il nobile veneziano Giovanni Querini Stampalia ha dato vita alla Fondazione Scientifica Querini Stampalia¹, destinando parte del palazzo alla nuova istituzione culturale. Negli anni '60 del XX secolo, la Fondazione ha deciso di ampliare e ristrutturare il palazzo, affidando l'incarico all'architetto Carlo Scarpa. Scarpa ha realizzato un intervento architettonico di grande raffinatezza, che ha portato alla creazione di spazi espositivi moderni e funzionali, integrati con gli ambienti storici del palazzo. Il progetto di Scarpa ha fatto uso di tecniche e materiali innovativi, come l'utilizzo del vetro e del ferro per creare ponti sospesi che collegano le diverse parti del palazzo. Inoltre, Scarpa ha recuperato e valorizzato le parti più antiche del palazzo, creando un equilibrio perfetto tra antico e moderno. L'edificio della Fondazione Querini Stampalia è quindi un esempio di architettura veneziana di grande valore, che combina l'eleganza e la ricchezza degli ambienti storici con la modernità e la funzionalità degli spazi espositivi e delle strutture tecniche². Grazie all'intervento di Scarpa, il palazzo è stato trasformato in uno spazio espositivo moderno e funzionale, che ha conservato al contempo la bellezza degli ambienti storici. Negli anni successivi, la Fondazione ha continuato a svilupparsi, ampliando la sua collezione e organizzando mostre e eventi di grande rilevanza culturale.

1 Fondazione scientifica Querini-Stampalia di Venezia: testamento del fondatore, decreti che ne riconoscono la personalità giuridica e ne approvano lo Statuto e il Regolamento, Venezia, Ferrari, 1941

2 F. Dal Co e S. Polano, Carlo Scarpa - La fondazione Querini Stampalia a Venezia, Electa Editore, 2006

L'ingresso della
Fondazione Querini
Stampalia progettato
da Carlo Scarpa.



Nel 2010, la Fondazione ha inaugurato il Centro Studi di Architettura e Arte Contemporanea, un centro di ricerca e formazione dedicato all'architettura e all'arte contemporanea.

La Fondazione ospita una vasta collezione di arte moderna e contemporanea, con particolare attenzione alle opere di artisti veneziani. La collezione comprende dipinti, sculture, disegni, fotografie e opere d'arte su carta inoltre organizza anche mostre temporanee, conferenze, concerti e altri eventi culturali. Tra le particolarità della Querini Stampalia, c'è la sua biblioteca, che contiene più di 350.000 volumi, tra cui preziosi manoscritti, incunaboli, libri antichi e moderni, riviste e periodici. La biblioteca è aperta al pubblico e offre anche servizi di consultazione online. Tra le opere esposte presso la Fondazione Querini Stampalia, è possibile ammirare dipinti, sculture, oggetti d'arte, arredi e manoscritti. Tra i capolavori della collezione, spiccano ad esempio il dipinto "La Vergine con il Bambino e Santi" di Tiziano, il "Ritratto di gentiluomo" di Lorenzo Lotto, il dipinto "La caduta di Icaro" di Francesco Guardi e la "Testa di giovane" di Antonio Canova. Inoltre la Querini Stampalia ospita diverse collezioni oltre a quella di opere d'arte. Ad esempio, è presente la collezione di porcellane, che comprende oggetti prodotti in Italia e in Europa tra il XVIII e il XIX secolo, la collezione di porcellane è una delle più importanti in Italia e presenta esemplari di grande valore artistico e storico. Oltre alle porcellane sono ospitata anche una collezione di tessuti, che comprende tessuti veneziani e italiani prodotti tra il XVI e il XX secolo. La collezione di tessuti

1.4 LA FONDAZIONE QUERINI STAMPALIA

è composta da capolavori di arte tessile, tra cui damaschi, broccati, sete e velluti, e rappresenta una testimonianza preziosa della grande tradizione tessile veneziana. Infine, la Fondazione Querini Stampalia conserva una collezione di disegni, stampe e fotografie, che documentano la storia e l'evoluzione della città di Venezia. La collezione di disegni e stampe comprende opere di grandi artisti veneziani, come Canaletto, Bellotto e Guardi, mentre la collezione di fotografie comprende immagini che documentano la città di Venezia e la vita dei suoi abitanti a partire dalla metà del XIX secolo. Nella collezione di dipinti si possono ammirare opere di importanti artisti veneziani, come Francesco Guardi, Canaletto, Jacopo Tintoretto, Giambattista Tiepolo, Pietro Longhi e molti altri. Ci sono anche opere di artisti di fama internazionale, come Paul Klee, Giorgio Morandi e Luigi Ontani. La collezione di sculture della Fondazione include lavori di artisti italiani e stranieri del XX secolo, tra cui Arturo Martini, Alberto Viani, Marino Marini e Henry Moore. Insomma, la Fondazione Querini Stampalia ospita una vasta gamma di collezioni, che spaziano tra diverse forme d'arte e manufatti storici, offrendo al pubblico una panoramica completa della storia e della cultura di Venezia³.

Come la maggior parte dei musei, la Fondazione organizza mostre temporanee, che spaziano tra le diverse forme d'arte, dalla pittura alla scultura, dall'architettura alla fotografia, oltre a cicli di conferenze, incontri e workshop legati alle mostre e alla cultura in generale.

La visita alla Fondazione Querini Stampalia, è a pagamento e include l'accesso alla collezione permanente, alle mostre temporanee e alla biblioteca. È anche possibile prenotare una visita guidata o partecipare a un evento organizzato dalla Fondazione. La visita può essere effettuata anche tramite delle audioguide oppure tramite la guida al percorso del museo⁴ che è scaricabile dal sito. Questa guida al percorso in realtà è un file PDF con la mappa della casa, e gli alzati di ogni stanza e i nomi delle varie opere. Una vera e propria scheda di museo, con poche informazioni

3 https://www.querinistampalia.org/ita/uploads/Q_20pianata_20Museo.pdf, Consultato il 18 febbraio 2023

4 https://www.querinistampalia.org/ita/uploads/SchedeMuseo_202020_20ita.pdf, Consultato il 17 febbraio 2023

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

aggiuntive. Anche il sito del museo non è mantenuto al livello di come è invece l'architettura del museo, è un sito poco responsive e molto caotico dove è difficile capire dove si trovano le informazioni che si cercano. Infine, i materiali caricati non sono sempre di buona qualità, come video muti, immagini piccoli, pdf da scaricare, video di incontri fatti manualmente⁵.

In sintesi, la Fondazione Querini Stampalia è un'importante istituzione culturale situata nel cuore di Venezia, che ospita una vasta collezione di arte moderna e contemporanea, una biblioteca di grande valore storico e artistico e organizza eventi culturali di vario genere. Il tutto è garantito all'interno di un palazzo storico, che tramite i suoi arredi e le sue architetture ti fa immergere nella vita della Venezia del XVII, XVIII e XVIII secolo, e quindi ti accoglie in questo clima intimo, ma grazie all'intervento di Carlo Scarpa riesce anche a diventare un ottimo luogo per esporre arte di qualsiasi tipo, in maniera più moderna e museale. Ma anche se è un fiore all'occhiello per la sua capacità di rinnovare i propri spazi, fa fatica ad utilizzare la tecnologia da utilizzare come finestra per il mondo, quindi per tutti quelli che non hanno la possibilità di andare a visitare la Fondazione, mentre ha una grandissima capacità di attrarre visitatori per la diversità di attività che proporre al suo interno.

5 https://www.querinistampalia.org/ita/home_page.php, Consultato il 1° febbraio 2023



Una sala della biblioteca della Fondazione Querini Stampalia.

1.5 IL MUSEO POLDI PEZZOLI

Il Museo Poldi Pezzoli è un importante museo d'arte di Milano, situato in via Manzoni. Fondato da Gian Giacomo Poldi Pezzoli (1822-1879), il museo è stato aperto al pubblico nel 1881 e ha avuto un ruolo fondamentale nella promozione dell'arte e della cultura milanese. Gian Giacomo Poldi Pezzoli era un nobile milanese appassionato d'arte, che nel corso della sua vita ha collezionato un grande numero di opere d'arte, tra cui dipinti, sculture, arazzi, ceramiche, oggetti d'arte applicata e armi antiche. L'anno precedente la sua morte, Gian Giacomo scrive nel suo testamento che l'appartamento e tutto ciò che è contenuto sia dato *“ad uso e beneficio pubblico in perpetuo”*¹, in questo modo dopo la sua morte, la sua collezione è stata trasformata in un museo e aperta al pubblico.

Il Museo Poldi Pezzoli è ospitato in un palazzo storico costruito nel XVIII secolo, su un terreno che un tempo apparteneva ai monaci di San Simpliciano. La costruzione del palazzo iniziò nel 1643 per volere della famiglia Crivelli, ma l'edificio subì diverse trasformazioni nel corso dei secoli. Nel 1773, il palazzo passò alla famiglia De' Giorgi, che lo ristrutturò e lo ampliò, aggiungendo un'ala sul lato sinistro. Nel 1850, il palazzo fu acquistato da Gian Giacomo Poldi Pezzoli che decise di ristrutturarlo in modo da farlo diventare una dimora signorile adatta alle sue esigenze e alla sua collezione d'arte. La ristrutturazione del palazzo durò circa dieci anni e fu affidata all'architetto Giuseppe Balzaretto. Durante i lavori, il palazzo subì importanti modifiche, tra cui la costruzione della grande scala monumentale che conduce al piano nobile, la creazione di un cortile interno con una fontana rinascimentale e la decorazione delle sale con stucchi, affreschi e marmi pregiati. Nel corso degli anni, il palazzo è stato ampliato e ristrutturato, diventando un vero e proprio scrigno di tesori artistici.

Il Museo Poldi Pezzoli espone una vasta collezione di opere d'arte, che spazia dal Rinascimento all'Ottocento. Tra le opere più importanti, si possono citare; dipinti di grandi maestri italiani come Sandro Botticelli,

¹ G. Gregorietti, Cenni Storici in F. Russoli (a cura di), Poldi Pezzoli – Catalogo, Umberto Allemandi, 1999

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

Andrea Mantegna, Giovanni Bellini, Vittore Carpaccio, Bernardino Luini, Tintoretto, Canaletto, Francesco Guardi e Giuseppe Arcimboldo; opere di artisti fiamminghi, olandesi e tedeschi, tra cui Pieter Bruegel il Vecchio, Jan Brueghel il Vecchio, Peter Paul Rubens, Rembrandt, Anthony van Dyck, Gerard ter Borch e Jan Vermeer; arredi d'epoca, come mobili e suppellettili rinascimentali, barocchi e rococò; oggetti d'arte applicata, tra cui ceramiche, tessuti, armi antiche, gioielli, orologi e miniature. Inoltre, ospita anche una sezione dedicata all'arte applicata giapponese, con una vasta collezione di oggetti in lacca, porcellana, tessuto e metallo. Infine, il Poldi Pezzoli è particolarmente famoso per la sua collezione di armi antiche, che è considerata una delle più importanti in Europa. La collezione comprende spade, pugnali, archibugi, pistole e armature, risalenti dal XV al XVIII secolo.²

La visita al museo è organizzata in modo da far conoscere il palazzo e la collezione di Gian Giacomo Poldi Pezzoli in modo completo ed esaustivo. La visita inizia con il cortile interno, dove è possibile ammirare una fontana

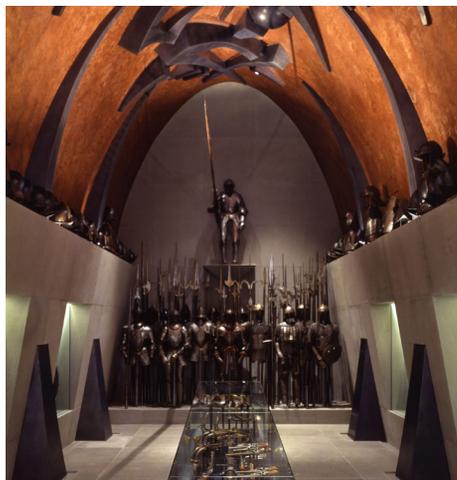
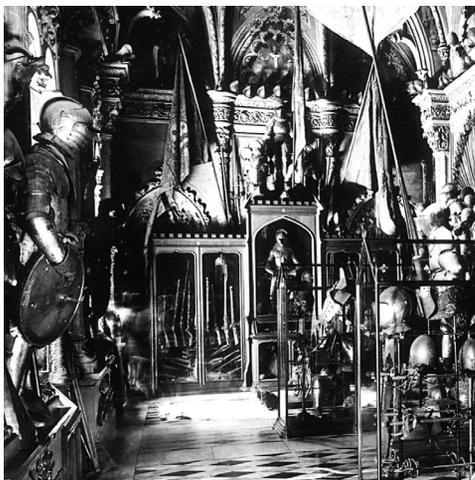
2 <https://museopoldipezzoli.it/il-museo/>, Consultato il 17 febbraio 2023



Lo scalone antico con la fontana in stile barocco.

1.5 IL MUSEO POLDI PEZZOLI

La sala delle Armi. A sinistra l'allestimento prima dell'incendio del 1945, a destra l'allestimento attuale.



rinascimentale e una scala in marmo bianco. Si prosegue poi per le sale del piano nobile, dove sono esposte le opere d'arte, seguendo un percorso tematico e cronologico.

Si inizia dalla Sala d'Armi, che in origine raccoglieva come suggerisce il nome le armi medievali con un effetto teatrale che dominava l'ambiente, affollato da stendardi, trofei e manichini. Purtroppo questa stanza fu distrutta durante la seconda guerra mondiale, mentre le armi furono salvate, ed ora si trova non più al primo piano del museo come era originariamente, ma al piano terreno in una sala rimasta intatta. La sala è rettangolare, ora spoglia e severa, allestita da due studiosi austriaci. La volontà era quella di ricordare leggermente l'allestimento precedentemente, ma con una idea più razionale e volta alla didattica, corrente che aveva preso sempre di più il museo. All'inizio degli anni 90 questo allestimento è stato rivisto, e Arnaldo Pomodoro ha reinterpretare completamente l'idea di questa sala, che doveva dialogare con il curatore della sala. L'allestimento si è basato sulla catalogazione degli oggetti esposti, che nel frattempo era stata realizzata. Nel salone dell'affresco, così denominato dall'affresco collocato al centro del soffitto, restaurato nel 1995. Sono esposti a rotazione i tappeti della collezione e alcuni arazzi antichi. A seguire si trova la Sala dei Pizzi, dove è conservata la collezione dei pizzi, ricami e ventagli. Il grande numero di pizzi esposti permette di seguire l'evoluzione dei disegni e delle tecniche, spinte anche dai cambiamenti della moda degli anni. La Biblioteca comprende

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE



A sinistra: il Salone Dorato ristrutturato da Luigi Caccia Dominioni.

A Destra: la Sala Nera con la scultura "Fiducia in Dio".

un totale di tremilatrecento cinquantanove volumi a stampa, opere di letteratura, storia, viaggi scienze e tecnologia. La Stanza dei Tessuti, che precedentemente era lo studio del primo direttore del museo, dal 1995 ospita le collezioni tessili, esponendo tappeti, arazzi e tessuti, comprende anche stoffe da arredamento e da abbigliamento. Lo Scalone Antico espone ancora sei statue di puddinga originali in grandezza naturale, gli unici originale salvati dal bombardamento del 1943. Anche l'originale Saletta dei Lombardi, è stata distrutta, nel dopoguerra fu ricostruita e divisa in tre piccole salette che ospitano la prestigiosa collezione dei dipinti rinascimentali lombardi del Museo. La Sala degli Stranieri, invece faceva parte dell'anticamera e aveva un soffitto completamente dipinto, anch'esso andato perduto. Ora invece sono esposte tutte le opere degli artisti stranieri della collezione. La Saletta degli Stucchi (già Sala Gialla) invece è stata rifatta con gli stucchi originale, semplificandoli, mentre gli arredi sono rimasti intatti. La sala espone alcune porcellane dei busti mori. Il Salone Dorato è stato restaurato dall'architetto Luigi Caccia Dominioni (1974), mentre l'attuale allestimento risale agli anni '90. Anche in questa sala sono esposte collezioni di porcellane e di maioliche, che arrivano da tutta Europa, dall'estremo oriente e dall'Italia, inoltre alle pareti sono stati installati importantissimi quadri del Bellini, Pollaiuolo, Piero Della Francesca e Botticelli. La Sala Visconti Venosta raccoglie le opere raccolte da Emilio Visconti Venosta e donate al museo Poldi Pezzoli tra il 1973 e il 1983 dai discendenti. Anche la Sala degli Orologi è frutto di una donazione da parte di Bruno Falk, che fu seguito poi negli anni a venire

1.5 IL MUSEO POLDI PEZZOLI



A sinistra: la Sala degli Orologi.
A Destra: il Gabinetto dantesco, salvato dall'incendio.

da altri donatori, come dice il nome la sala raccoglie centinaia di orologi meccanici, alcuni orologi solare e una sfera armillare. La sala è dotata di uno speciale impianto di climatizzazione e tutti gli orologi sono esposte in vetrine collocate a sbalzo su grandi piantane o vetrine a parete. La Sala del Ghislandi raccoglie un gruppo di ritratti del Settecento lombardo, alcuni dei quali dipinti dal Ghislandi, da cui prende il nome la sala, alcune delle opere sono originali della collezione Poldi Pezzoli, mentre altre sono state frutto di una donazione degli anni '70. Anche la Sala Nera fu distrutta durante l'incendio del 1943, in particolare il rivestimento in ebano e avorio delle pareti, mentre si sono conservati tutti gli arredi come i mobili, tavoli, poltrone, sedie e porte costruiti tutti appositamente per questa stanza. Ad oggi la stanza rimane con i muri verniciati neri per riprendere l'atmosfera dell'epoca, l'elemento più importante esposto nella sala è la scultura la *"Fiducia in Dio"* opera commissionata dalla moglie di Gian Giacomo Poldi Pezzoli dopo la morte del marito. Tutti gli arredi della Sala dei vetri antichi di Murano erano stati intagliati in legno di noce, purtroppo anche questo fu tutto perso, ad ora rimangono originali le porte e qualche arredo. La sala espone la raccolta di vetri già presente all'epoca di Gian Giacomo, si tratta soprattutto di vetri muranesi con aggiunta di esemplari prodotti nell'Europa centro settentrionale. Sono rappresentate le principali tipologie e lavorazioni: vetri in pasta colorata, vetri trasparenti con decorazioni, vetri cristallini, vetro a ghiaccio, tutti con forme complicate e fantasiose. A seguire si trova il famosissimo Gabinetto Dantesco, che era lo studio privato di Gian Giacomo Poldi Pezzoli. È l'unico esempio integro della decorazione

CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

dipinta della casa, e testimonia l'istorismo europeo scelto dal collezionista. In questa saletta ci sono esempi neo medievali che affiancano decorazioni neoromaniche, moresche, celtiche, e a precoci esempi preraffaelliti. Anche se anche esso è stato semidistrutto fu ricostruito. Le sale prima, seconda e terza stanza dei quadri rinominate Sala del Settecento veneto, Sala del Perugino, Saletta dei trecenteschi, avevano la volta centinata con ornamenti di stucco, la seconda aveva nelle tombature delle finestre delle panche in quercia e la terza era illuminata da un finestrone che faceva accedere ad un terrazzo, sono state ristrutturare anch'esse da Luigi Caccia Dominioni. Il Gabinetto degli ori era nell'antico allestimento, il bagno privato di Gian Giacomo, nel rifacimento post Seconda guerra mondiale, è stato allestito come una camera del tesoro, progettata dall'architetto Ferdinando Reggiori. Infine, si conclude con la Sala del Palma e le Sale Trivulzio che erano la vecchia stanza delle armi che furono anch'esse ristrutturate da Luigi Caccia Dominioni.³

Il Museo Poldi Pezzoli rappresenta un'importante testimonianza dell'arte e della cultura milanese del XIX secolo. Secondo lo storico dell'arte Bernard Berenson si distingue inoltre, da altre raccolte d'arte di livello internazionale per la sua posizione al centro di una metropoli moderna, e per l'impressione che dà al visitatore di collezione privata ben scelta e ordinata.⁴ Lo storico dell'arte espresse anche la sua gioia nel poter ritrovare ancora, dopo la distruzione e la ricostruzione del dopoguerra delle parti del palazzo, un luogo di silenzio e pace, dove gli spazi sono stati ricostruiti e la disposizione interna è stata migliorata e alleggerita, ma senza perdere la possibilità di ritrovare i ricordi e le emozioni che aveva vissuto all'interno del museo prima della guerra.

La dichiarazione di Berenson ci fanno comprendere a meglio la modalità moderna di allestimento che tutti i curatori e direttori del museo hanno avuto negli anni, dal periodo post bellico, fino ai nostri giorni. Due sono gli esempi più recenti e che raccontano meglio questa epurazione museografica

3 A. Mottola Molfino, A. Di Lorenzo e A. Zanni, *Il Museo Poldi Pezzoli a Milano*, Umberto Allemandi e C., 1999

4 B. Berenson, Prefazione in F. Russoli (a cura di), *Poldi Pezzoli – Catalogo*, Umberto Allemandi, 1999

1.5 IL MUSEO POLDI PEZZOLI

moderna. Il primo è l'allestimento della mostra *“La casa morbida”* curata de Beppe Finessi, che metteva in relazione gli oggetti tessili della tradizione lombarda esposti all'interno del museo, con tutte le innovazioni tecnologiche che riguardano i tessuti degli ultimi decenni, inserendo all'interno del percorso museale divani e poltrone, tutti progettati da illustri designer come Sottsass, Magistretti e Mendini. Inoltre, la mostra voleva raccontare il legame tra i fondamenti di un'arte antica e i la sua identità odierna⁵. L'impatto di questi arredi è stato così apprezzato che alcuni di essi sono rimasti all'interno del museo, non solo come opere da mettere a confronto ma anche come appoggio per i visitatori che vogliono godersi le opere comodamente seduti. Il secondo esempio è il progetto di illuminazione curato dallo studio di illuminotecnica Ferrara Palladino e Associati, che nel 2012 ha realizzato insieme a Philips e Ilti Luce la nuova illuminazione LED del museo. La richiesta del museo era proprio quella di “mantenere l'aura dell'accoglienza della casa e di permettere di scoprire ogni dettaglio dei grandi capolavori che questo museo ospita.”⁶, tutto questo permettendo di leggere le opere esposte con la massima qualità possibile. Un altro elemento distintivo del progetto sono le grandi sospensioni posizionate al centro delle sale a evocare i lampadari domestici, i bracci in fibra di carbonio sono estendibili per l'ottimale posizionamento in funzione dell'oggetto e per potenziare la percezione dei dettagli cromatici e stato messo a punto un sistema a Led variabile. Ogni proiettore è pilotabile singolarmente e in grado di miscelare la luce emessa. La digitalizzazione ha garantito un effetto finale di luce prossima a quella naturale, tenendo conto delle diverse colorazioni dominanti delle pareti di fondo e del variabile contributo proveniente dalle finestre. Le opere risultano così illuminate con una tonalità calda (circa 2950 Kelvin) e un'ottima resa cromatica ($Ra > 90$), evidenziando particolari in precedenza poco visibili. Infine le nuove sorgenti riducono i consumi energetici di circa due terzi rispetto agli alogeni sostituiti e la loro manutenzione è quasi azzerata, in quanto la vita attesa dei Led è di circa venti anni. Tutto questo

5 <https://www.foscarini.com/it/culture/projects/la-casa-morbida/>, Consultato il 1° marzo 2023

6 <https://www.lighting.philips.it/progetti/progetti/spettacolo/museo-poldi-pezzoli>, Consultato il 1° marzo 2023

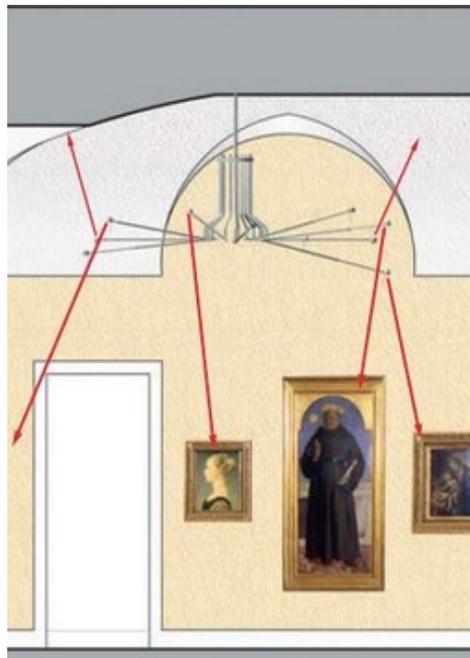
CAPITOLO 1 IL MUSEO TRADIZIONALE

porta ad un ammodernamento del museo, quasi impercettibile per un visitatore comune ma che comunque migliora in maniera esponenziale la qualità della visita.⁷

La visita al museo è a pagamento, e all'interno le opere sono per la maggior parte protette da teche o da strutture che fanno mantenere la distanza ai visitatori per evitare che esse possono essere rovinare permanentemente. Le visite guidate sono effettuate in diverse lingue ed è possibile ricevere una visita guidata anche in LIS (Linguaggio Italiano Segni) per le persone sorde. È possibile prepararsi alla visita del museo tramite il sito,⁸ che rimanda al Virtual Tour, realizzato in collaborazione con Google Arts, ma purtroppo non vengono date spiegazioni e descrizioni delle varie opere. L'architettura del sito è realizzata in maniera molto intuitiva e *userfriendly*, e comunica molto bene la maggior parte delle attività che si vengono svolte all'interno del museo quali mostre temporanee, attività incontri, possibilità di donare o di



In alto: il lampadario realizzato con il nuovo progetto illuminotecnico e gli arredi installati da Beppe Finessi. In basso: gli studi del progetto illuminotecnico.



⁷ <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-poldi-pezzoli-sotto-una-nuova-luce>, Consultato l'1 Marzo 2023

⁸ <https://museopoldipezzoli.it/>, Consultato il 15 febbraio 2023

1.5 IL MUSEO POLDI PEZZOLI

contribuire al restauro. Infine collabora in maniera eccellente anche con il sito dell'Associazione Amici del Museo Poldi Pezzoli,⁹ fondamentale in quanto sostiene concretamente ed economicamente tutte le attività del museo.

Per la sua particolarità ed eccezionalità il Museo Poldi Pezzoli fa parte di alcuni percorsi turistici che permettono di scoprire le bellezze artistiche e culturali della città di Milano. Come, il percorso “Musei del Castello Sforzesco e Piazza Duomo” che permette di visitare il Castello Sforzesco, la Pinacoteca di Brera, fino ad arrivare alla famosa Piazza Duomo, dove si trova la Cattedrale di Milano e il Museo del Novecento; il percorso “Il Quadrilatero della moda” che permette di scoprire le vie dello shopping di lusso a Milano e di visitare alcuni importanti musei d’arte e design, tra cui il Museo del Design Triennale, il Palazzo Morando; il percorso “Milano Rinascimentale” che permette di scoprire i tesori del Rinascimento a Milano, tra cui il Cenacolo di Leonardo da Vinci, la Basilica di Sant’Ambrogio, la Chiesa di Santa Maria presso San Satiro. Infine, il Museo Poldi Pezzoli fa parte del circuito delle Case Museo di Milano, insieme ad altre importanti istituzioni museali della città. Il circuito delle Case Museo di Milano è un progetto promosso dal Comune di Milano che ha l’obiettivo di valorizzare le dimore storiche di personaggi illustri e collezionisti milanesi, trasformate in musei. Questo circuito permette di acquistare un biglietto unico per poter visitare tutti i musei del circuito che sono sia a pagamento che gratuiti.¹⁰ Ogni casa museo rappresenta un’occasione per conoscere da vicino la storia, l’arte e la cultura della città. Il circuito include inoltre alcune delle più importanti case museo di Milano, tra cui la Casa Museo Boschi Di Stefano, la Casa Museo Studio Aldo Rossi, la Fondazione Achille Castiglioni, la Casa Museo Bagatti Valsecchi.¹¹

9 <https://amicipoldipezzoli.it/>, Consultato il 17 febbraio 2023

10 <https://casemuseo.it/>, Consultato il 15 febbraio 2023

11 <https://museopoldipezzoli.it/circuiti-museali/>, Consultato il 20 febbraio 2023

ICONOGRAFIA CAPITOLO 1

Pagina 10:

Museo del Louvre,
<https://www.architecturaldigest.com>

Pagina 13:

Museo Guggenheim a Bilbao,
<https://www.guggenheim-bilbao.eus>

Pagina 17:

Parco museo della scienza La Villette
Parigi,
<https://modulo.net>

Pagina 19:

Il Vittoriale degli Italiani,
<https://viaggi.corriere.it>

Pagina 23:

La casa museo di Carlo Levi,
<https://www.guidearoundmaterita.it>

Pagina 24:

L'edificio della Wallace Collection,
<https://www.thegeographicalcure.com>

Pagina 27:

La *Great Galley* della Wallace Collection,
<https://www.pexels.com>

La Sala delle porcellane della Wallace
Collection,
<https://it.m.wikipedia.org>

La Sala degli Armamenti della Wallace
Collection,
<https://www.sothebys.com>

La Sala degli Arredi italiani alla Wallace
Collection,
<https://www.gulshanlondon.com>

Pagina 29:

La Sala degli Arredi francesi alla Wallace
Collection,
<https://londonhuawiki.wpi.edu>

Pagina 31:

Ingresso Fondazione Querini Stampalia,
<https://www.querinistampalia.org>

Pagina 33:

Biblioteca Querini Stampalia,
<https://www.querinistampalia.org>

Pagina 35:

Scalone antico Museo Poldi Pezzoli,
<https://casemuseo.it>

Pagina 36:

La sala dell'armeria prima dell'incendio,
<https://museopoldipezzoli.it>

La sala dell'armeria dopo l'incendio,
<https://amicipoldipezzoli.it>

Pagina 37:

Il salone dorato al Museo Poldi Pezzoli,
<https://www.casemuseo.it>

La sala nera al Museo Poldi Pezzoli,
<https://www.casemuseo.it>

Pagina 38:

La sala degli orologi al Museo Poldi Pezzoli
<https://museopoldipezzoli.it>

Il gabinetto dantesco al Museo Poldi
Pezzoli,
<https://museopoldipezzoli.it>

Pagina 41:

Gli arredi e il lampadario al Museo Poldi
Pezzoli,

Foto di Lorenzo Bressan

Il progetto illuminotecnico al Museo Poldi
Pezzoli,
<https://www.luxemozione.com>



CAPITOLO 2

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

2.1 Comunicare la cultura tramite un museo

2.2 Il Museo digitale

2.3 Il Museo virtuale

2.4 Esempi On-Site

2.5 Esempi Online

2.1 COMUNICARE LA CULTURA TRAMITE UN MUSEO

Ultimamente, di recente, la percezione del ruolo sociale delle istituzioni museali è notevolmente cambiata. Sebbene in passato fossero considerati luoghi chiusi, concentrati sulla conservazione della memoria, i musei sono, giustamente, sempre di più istituzioni aperte, a disposizione del pubblico per diffondere conoscenze scientifiche, storiche e artistiche. Tuttavia, questo nuovo ruolo richiede una riflessione approfondita sulla capacità effettiva del museo di comunicare i propri contenuti ai visitatori.

Da osservazioni effettuate in diversi studi tra cui quello portato avanti da Alessandra Zamboni per il centro di ricerca indipendente *Observe science in society*¹, emergono diversi profili dei visitatori dei musei con diverse motivazioni e aspettative. In particolare, vengono identificati visitatori: altamente motivati, visitatori distratti e visitatori in gruppo. Per quasi tutti, le motivazioni principali della visita sono l'apprendimento e il desiderio di ammirare bellezze artistiche: la visita al museo è, quindi, una modalità per trascorrere il tempo libero e, nella maggior parte dei casi, viene effettuata in compagnia.

A seguito dell'indagine portata avanti da Alessandra Zamboni², riguardo al grado di soddisfazione dell'esperienza di visita del museo, gli intervistati affermano di aver visitato solo

1 <https://www.observa.it/>, Consultato il 3 marzo 2023

2 <https://www.observa.it/andare-al-museo-motivazioni-comportamenti-e-impatto/>, Consultato il 27 gennaio 2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

una parte degli spazi espositivi. Nonostante ciò, poiché hanno poco tempo a disposizione, la maggior parte delle persone esprime il forte desiderio di tornare per visitare nuovamente il museo. È interessante notare come le valutazioni dei visitatori, legate alle aspettative che avevano prima della visita, siano sostanzialmente positive.

Tuttavia, un importante risultato della ricerca riguarda l'impatto cognitivo delle mostre e dei musei: l'elevata soddisfazione per la visita non si traduce sempre in un impatto cognitivo significativo. In altre parole, la visita al museo non porta automaticamente a comprendere appieno i contenuti esposti. Gli effetti di apprendimento e la motivazione ad approfondire i temi dell'esposizione, sebbene riscontrati nel breve periodo, tendono a diminuire nel tempo e sono in gran parte legati alle propensioni dei visitatori piuttosto che alla visita stessa. Pertanto, è estremamente utile incentivare ricerche interdisciplinari che permettano di monitorare continuamente l'impatto delle visite al fine di migliorare l'efficacia complessiva.

Per questo motivo, sempre più, bisognerebbe solcare la strada della cultura partecipativa, che si definisce come una cultura con barriere relativamente basse per l'espressione artistica e l'impegno civico; un forte sostegno per la creazione di materiali e la condivisione di creazioni con altri; una qualche forma di tutoraggio informale attraverso cui i partecipanti più esperti condividono conoscenza con i principianti; individui convinti che contribuire sia importante, e individui che sentono un qualche tipo di legame sociale che li connette gli uni con gli altri (perlomeno, sono interessati a ciò che le altre persone pensano

2.1 COMUNICARE LA CULTURA TRAMITE UN MUSEO

di quello che hanno creato)³. D'altro canto sono gli stessi musei che si trasformano sempre di più, diventando o essi stessi delle opere d'arte, come il Guggenheim di Bilbao o lo Stesso Louvre a Parigi con la Piramide di vetro, o trasformando la loro magniloquenza e imponenza dei saloni e delle accademie, dei palazzi e delle chiese, soppiantandoli con ambienti a scala umana, spesso dotati di sistemi che convogliano la luce in maniera appropriata con l'obiettivo di far sì che il pubblico si senta "a casa", in luoghi raccolti e familiari, ricercando sempre più una linearità tipica dell'appartamento privato⁴.

Inoltre non dobbiamo dimenticarci, come la storia ci insegna che è sempre stata l'offerta culturale a creare un proprio pubblico e mai il contrario. In altre parole, nessuno sa di desiderare una particolare esperienza culturale prima che qualcuno sia in grado di mostrarla e soprattutto di farla apprezzare. Questo rappresenta un sorprendente cambiamento di prospettiva per coloro che sono abituati a pensare al consumo culturale in termini di massa e di mercato tradizionale, ma è un dato di fatto pressoché ovvio per coloro che hanno un'esperienza diretta del funzionamento delle arene culturali⁵.

3 H. Jenkis, Culture partecipative e competenze digitali - Media education per il XXI secolo, Guerini Studio, 2014

4 G. Celant, L'immaginario del museo, in Casabella, Feb 2006, pag. 6-7

5 Musei Italiani, Ricerca a cura di IULM e UNESCO, con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, per Aspen Institute Italia, 2012

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA



In alto: l'arte partecipativa, come la cultura partecipativa mette in mostra l'espressione artistica e il senso civico di ciascuno.

In basso: la coda per entrare alla Pinacoteca di Breara a Milano



2.2 IL MUSEO DIGITALE

Per andare sempre di più incontro ai bisogni del pubblico il museo, soprattutto a livello italiano, si deve aggiornare per far sì che diventi quel luogo partecipativo che veniva spiegato nel paragrafo precedentemente. Facendo però attenzione che non sia un luogo totalmente anarchico, dove chiunque può dare il proprio insegnamento, ma un luogo dove chi sa qualcosa aiuta chi vuole conoscere, e dove i curatori e il museo stesso intervengono nello spiegare/insegnare/condividere tutte le conoscenze che sono proprie del loro ruolo in maniera più attiva. Inoltre un museo tecnologico riesce a dare ai visitatori la possibilità di fruire di tutti quegli oggetti materiali e immateriali che non possono essere esposti all'interno del museo, adempiendo sempre di più agli obiettivi di cui parlavamo nel primo capitolo.

Oggi giorno e ogni giorno è importante che ogni museo si adoperi per uno sviluppo digitale, in quanto il digitale ha sostanzialmente trasformato il modo in cui le persone usano, si relazionano, discutono e creano cultura. Pertanto, è essenziale per i musei adottare questo approccio. Tuttavia, non è sempre necessariamente la scelta giusta utilizzare il digitale come canale di comunicazione o tecnologia. Il digitale non riguarda la tecnologia in sé, ma l'atteggiamento. Il digitale ha insegnato al mondo che si può avere una mentalità aperta, dialogare, lavorare insieme, condividere processi, conoscenze e strumenti per andare oltre, più velocemente, insieme.

Inoltre, la prima funzione del digitale è al servizio della più tradizionale missione del museo: la conservazione. Questo comprende la produzione di documentazione a scopo

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

archivistico e conservativo, nonché la diagnostica, ad esempio attraverso TAC e radiografie. In altre parole, la digitalizzazione di ogni oggetto della collezione e della sua storia conservativa e di curatela, organizzata in record specifici. Un livello più complesso, ma strettamente correlato a questo ambito, è la documentazione dell'effimero, come l'operazione di fermare nel tempo l'immaterialità delle performance e renderle riproducibili.

È importante capire il percorso del visitatore, il cosiddetto “*visitor's journey*”, il quale comprende anche la comprensione del fatto che l'esperienza del visitatore non inizia e non finisce

L'utilizzo del digitale aiuta il visitatore a scegliere al meglio il percorso della sua visita.



con la visita fisica al museo. La sua esperienza inizia prima di arrivare al museo, continua durante la visita e si estende dopo aver lasciato l'edificio. Inizia con l'informazione su cosa aspettarsi, con l'organizzazione e la scoperta, e non finisce quando il visitatore se ne va.

In ogni caso, il pubblico più numeroso in assoluto sarà quello che non verrà mai fisicamente in museo, per una questione di contiguità territoriale e di mezzi a disposizione, tra i quali

2.2 IL MUSEO DIGITALE

L'archiviazione digitale aumenta le capacità di condivisione e conservazione dei musei.



vanno incluse oltre a quelli finanziare anche l'età e lo stato di salute. L'obbiettivo dell'utilizzo del digitale, quindi, dovrebbe diventare colmare e contenere il disorientamento e allargare punti di vista e potenziare l'accessibilità del museo. È evidente, infatti, che le immagini delle opere a disposizione ora sono diffuse in tutto il mondo, grazie alla rete, per chi visita e per chi non potrà visitare; colmano un vuoto di informazione. Queste immagini sono un'opportunità di approfondimento quando sono in rete e consentono a chi lo desidera di arrivare in museo con l'opportunità di riconoscere, per vedere "di più" l'oggetto – impreso dal contesto e dalla materia – e, a chi non potrà mai vederlo dal vivo, di averne un'idea più vicina al vero. In entrambi i casi il digitale non danneggia, non sostituisce, non allontana, ma prepara, ricorda, richiama e collega.

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

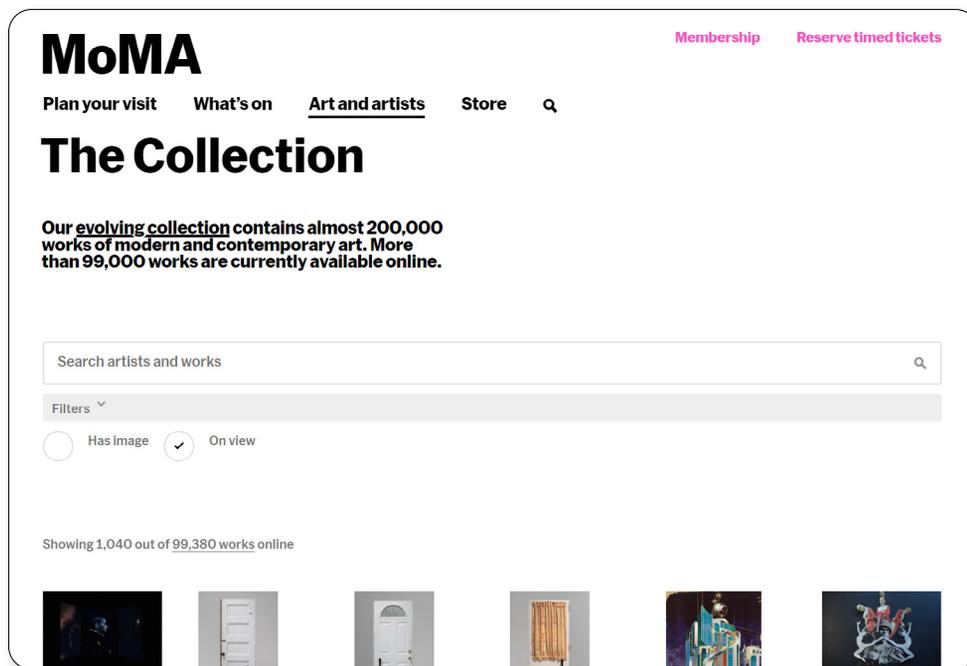
In effetti, l'utilizzo della tecnologia digitale potrebbe contribuire a risolvere il problema sollevato da Francesco Antinucci nel suo saggio *Proposta per una nuova organizzazione museale*¹. Antinucci afferma che il museo non dovrebbe avere l'unico obiettivo di vendere un gran numero di biglietti, ma di diventare un veicolo per la trasmissione della cultura attraverso la visita. Ciò significa che la preoccupazione dei curatori e del personale dovrebbe essere quella di educare i visitatori sulla cultura. Per determinare quali misure adottare, spiega Antinucci, è necessario analizzare ciò che non funziona; secondo lo studioso, il problema è che la stragrande maggioranza dei visitatori dei musei non ha i mezzi per comprendere le opere d'arte. Antinucci suggerisce che il museo stesso dovrebbe fornire questi mezzi, ma ciò spesso non avviene. La sua soluzione consisterebbe nell'organizzare gli allestimenti dei musei basandosi su principi di comunicazione efficaci, sviluppati da esperti di comunicazione. A volte potrebbe essere necessario creare due percorsi espositivi, uno per il pubblico generale e uno per gli esperti. Al contrario, i curatori dovrebbero svolgere il loro ruolo nella tutela e nello studio del patrimonio artistico, offrendo la loro consulenza e le loro competenze al reparto comunicazione. In sintesi, gli esperti di comunicazione dovrebbero studiare il modo migliore per attivare il processo di trasmissione culturale. I curatori e gli storici dell'arte dovrebbero, a loro volta, assicurarsi che gli esperti di comunicazione comprendano i punti e le conoscenze che dovrebbero essere trasmessi al grande pubblico in termini storico-artistici. Questa metodologia di allestimento, era già stata

¹ F. Antinucci, *Proposta per una nuova organizzazione museale*, in G. BORDI (a cura di), *L'officina dello sguardo: scritti in onore di Maria Andaloro, Gangemi, 2014*,

2.2 IL MUSEO DIGITALE

proposta anche da Aldo Colonetti nel suo intervento² tenuto al convegno di Genova nel 1997 che ha dato poi vita a DEMHIST, nel quale si concentrava molto sulla scarsissima qualità delle varie comunicazioni dei musei italiani al pubblico, in quanto questi, non vengono realizzati da esperti di comunicazione che inseriscono tutto, dal volantino, all'allestimento, alle didascalie nel museo e fino alle guide, dentro una narrazione che possa coinvolgere sempre di più il visitatore. Per questo motivo più si va avanti con l'evoluzione di nuove tecnologie che aiutano il museo a comunicarsi e a comunicare quello che vuole raccontare è sempre più importante avere collaboratori esperti nell'utilizzo di esse ma anche nella narrazione e spiegazione dei vari elementi.

2 A. Colonetti, Tavola rotonda, L. Leoncini e F. Simonetti (a cura di), Abitare la Storia - Le dimore storiche-musei – restauro, sicurezza, didattica, comunicazione, Umberto Allemandi & C, 1998



Il MOMA ha digitalizzato la sua intera collezione e la rende disponibile a chiunque abbia bisogno o interesse.

2.3 IL MUSEO VIRTUALE

L'avvento della grande rivoluzione che è stata l'invenzione di Internet, ha fatto sì che anche la cultura e i musei ne facessero i conti. A partire dagli anni '90 sempre più studiosi e musei provavano a immaginare o a definire quello che i musei sarebbero potuti essere in una dimensione virtuale. Nel 1997 Jamie McKenzie dà una definizione di museo virtuale che sarà la base di tutte le definizioni successive:

Un museo virtuale è un insieme di risorse elettroniche e informative di tutto ciò che può essere digitalizzato. La collezione può includere dipinti, disegni, fotografie, diagrammi, registrazioni, video, articoli di giornale, trascrizioni delle interviste, database numerici e una serie di altri elementi che possono essere sul server del museo virtuale¹.

Questa definizione, che potrebbe apparire oggi incompleta, segna un vero e proprio cambiamento di rotta nella storia della disciplina museale e ci aiuta a comprendere l'idea di museo virtuale nata negli anni Novanta, in bilico tra presenza online e realtà virtuale offline. Da quel momento in poi il museo virtuale diventa sempre più un luogo simile al museo fisico, con cui condivide alcune caratteristiche come l'essere: accessibile da un pubblico, riferito ad un bene culturale, con scopi educativi. Inoltre, il museo virtuale ha lo scopo di completare, migliorare, aumentare l'esperienza museale attraverso forme di personalizzazione, interazione ed arricchimento dei contenuti

¹ J. Mckenzie, Technology & Learning, FN O Press, 1997

2.3 IL MUSEO VIRTUALE

del museo. Ma i musei virtuali non sono solo un riferimento digitale di un museo fisico, ma possono anche essere realizzati indipendentemente dalla presenza o meno di un museo tradizionale e mantenendone l'autorevolezza. Come detto precedentemente, la missione istituzionale di un museo fisico è uguale a quella del museo virtuale, quindi: essere accessibile al pubblico, consentire di accedere alle conoscenze connesse alle collezioni e di organizzarne in maniera coerente e sistematica la presentazione, conservandone gli oggetti per lungo tempo. Ma questo non è l'unica somiglianza tra le due tipologie di museo, anche il museo virtuale è un'entità che conserva un legame con un'istituzione che ne assicura l'autorevolezza, ma, come nel caso del museo, è cosa diversa e distinta rispetto alla biblioteca o all'archivio digitale.

Ci sono però due grandi differenze tra il museo tradizionale e il museo virtuale: la prima è la differente esperienza della visita fisica all'interno del museo composta dalle sensazioni date da tutti e cinque i sensi di percezione che si trasformano in emozione e memoria, come dichiara lo storico dell'arte Achille Bonito Oliva il quale definisce la fruizione delle opere d'arte in formato digitale come una contemplazione dimezzata: “...è come se l'opera perdesse un concetto globale e assumesse solo le vesti del fantasma”². Ancora a proposito di questo argomento, secondo l'autore Aldo Carotenuto le opere d'arte non sono riducibili solamente a un'immagine, dato che possiedono una “dimensione materica” che non può essere dimenticata e

2 A. Bonito Oliva, L'anoressia dell'arte, In <https://docuver.se/mirrors/www.mediamente.rai.it/mmold/home/bibliote/intervis/b/bonitool.htm.html#link004>, 1996, Consultato il 6 marzo 2023



nemmeno evocata da una riproduzione digitale³. La seconda è che mentre il museo reale propone al pubblico messaggi lineari e univoci trasmessi da sequenze di oggetti, decontestualizzati, il museo virtuale mette l'utente al centro del processo di apprendimento, trasformando gli oggetti in fulcri di processi narrativi dotati di forte capacità di coinvolgimento grazie all'utilizzo di diversi media. Inoltre, la pubblicazione in rete di un qualsiasi museo virtuale deve fare i conti con l'esigenza essenziale della ricerca come fine dei contenuti e, soprattutto, dell'interoperabilità con tutte le altre informazioni congeneri accessibili via web⁴.

Lo storico e architetto Fulvio Irace traccia infine una strada che può essere efficacemente seguita in futuro e che riesce ad accontentare sia gli scettici che i promotori del museo virtuale:

3 A. Carotenuto, Non ci sono più limiti né di spazio né di tempo, In *Telema. Arte e telematica*, segni e linguaggio 6, 1996.

4 P. Galluzzi, Museo Virtuale In Treccani, *Enciclopedia Italiana – XXI Secolo* (2010). In [https://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_\(XXI-Secolo\)](https://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_(XXI-Secolo)), Consultato il 6 marzo 2023



Il museo virtuale di Van Ghog ch  è diventato una spettacolarizzazione dell'opera.

“Il museo virtuale non ha bisogno di allestimenti o di spazi tangibili, ma piuttosto di nuove figure di mediatori culturali in grado di operare sia sul terreno dei contenuti sia su quello della visualizzazione. Per evitare il rischio di un uso improprio della tecnologia e la deriva verso una spettacolarizzazione che tradisce il significato critico dell'incontro con l'arte,   necessario infatti un paziente lavoro di costruzione di narrazioni, *digital storytelling*, che procedano in maniera corretta dall'evidenza dei reperti, trovando nelle diverse pratiche di visualizzazione, dalla bidimensionalit  all'ambiente immersivo, e il medium pi  coerente ed efficace”⁵.

Con il tempo quindi si sono sviluppate due tipologie di musei virtuali: la prima tipologia in cui reale e virtuale si fondono per aumentare l'interpretazione delle collezioni del passato, del presente e di esplorazione del futuro, in cui si riconosce il virtuale come una delle anime che identifica il museo, dove come dice Antinucci: “Il museo virtuale   la proiezione comunicativa a tutto campo del museo reale” in cui l'espressione “a tutto campo” evidenzia come il museo virtuale pu  utilizzare tutti i mezzi fisici e concettuali del museo reale, senza le limitazioni fisiche e concettuali di questo⁶. Tale tipologia si divide in due

5 F. Irace, Design&culturalheritage. Immateriale, virtuale, interattivo, Politecnico di Milano. 2008.

6 F. Antinucci, Musei virtuali, Laterza, 2007

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

sottocategorie: il museo virtuale che riproduce online il museo fisico, finanche l'architettura e il cui emblema è il tour virtuale che permette di visitare online il museo fisico, come per i Musei Vaticani, e le esperienze virtuali a vari livelli di interattività e immersività che si concretizzano on-site, nello spazio reale del museo⁷. La seconda tipologia di museo virtuale è quella dove il museo è lo strumento per la realizzazione di spazi nuovi ed originali che diffondono collezioni svincolate da musei fisici. Questa tipologia di musei vive solo nel web e nasce per promuovere l'arte digitale.

In generale, le caratteristiche tecnologiche più diffuse dei musei virtuali sono relative ai seguenti aspetti: l'essere a base multimediale che permette un tipo di comunicazione che utilizza differenti codici espressivi come immagini, testi, suoni; l'essere interattive cioè offrire la possibilità di agire, scegliere, strutturare in modo attivo una varietà di percorsi; e l'essere connesso, ossia far parte di un sistema di rete che favorisce l'accesso ad una o più realtà museali in tempo reale; di questo sistema fanno parte anche i servizi comunicativi e collaborativi a distanza ormai sempre più numerosi anche nei musei on line. Queste sono le caratteristiche basilari che deve avere un museo virtuale anche se offre funzioni sempre più specifiche con effetti sorprendenti e accattivanti, dovuti all'evoluzione dei mezzi tecnologici che lo supportano, rimane il fatto che il suo obiettivo prioritario risiede nel perseguire azioni formative facendolo diventare a pieno titolo luogo educativo e didattico⁸.

7 L. Garizio, *L'approccio empatico nel futuro dei musei*, Tesi di Laurea Magistrale presso il Politecnico di Milano, 2015

8 C. Pancioli, *Il modello di Museo Virtuale dell'Educazione dell'Università di Bologna*, In *Ricerche di pedagogia e didattica*, 2010

2.3 IL MUSEO VIRTUALE

La grande rivoluzione che ha portato il museo virtuale però, è una diversità totale nell'approccio all'ente museo. Grazie alla interattività che Internet dà ai suoi utenti, anche i musei hanno dovuto cambiare l'impostazione della comunicazione con i visitatori. Infatti si è dovuti passare da una modalità *top-down*, dove i visitatori erano rilegati a un ruolo totalmente passivo dei musei, all'inedita possibilità di interagire con i contenuti accessibili in rete. In questo modo di è passati dalla *taxonomy*, ordinamento gerarchico delle opere stabilito centralmente sulla base di un'autorità scientifica, ad una *folksonomy*, classificazione basata sulle preferenze espresse dagli utenti che interagiscono con i materiali consultati⁹.

In conclusione, i musei virtuali sono diventati un'importante risorsa per la fruizione culturale, offrendo ai visitatori l'opportunità di accedere ai contenuti dei musei da qualsiasi parte del mondo e in qualsiasi momento. Tuttavia, i musei fisici e virtuali si fondono per creare un'esperienza di fruizione culturale più completa e accessibile, mentre la comunicazione della cultura tramite il digitale include una vasta gamma di piattaforme e progetti che offrono informazioni e contenuti digitali.

9 P. Galluzzi, Museo Virtuale In Treccani, Enciclopedia Italiana – XXI Secolo (2010). In [https://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_\(XXI-Secolo\)](https://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_(XXI-Secolo)), Consultato il 6 marzo 2023

2.4 ESEMPI ON-SITE

In questo paragrafo vengono affrontate le varie tecnologie che si possono incontrare all'interno di sale museali, i seguenti sono sistemi che negli ultimi anni vengono sempre più impiegati per migliorare la fruizione del bene esposto e consentire una maggior accessibilità della conoscenza che è conservata nei vari musei.

A. Totem e tavoli multimediali

I totem e i tavoli multimediali sono degli ottimi sistemi interattivi per aumentare la conoscenza del percorso museale.

Essi possono essere a bassa o alta interazione, soprattutto in base a dove si trovano lungo il percorso espositivo. Tendenzialmente le tecnologie a bassa interazione vengono situate durante il percorso museale in prossimità delle opere, senza disturbare la visione, per parlare di un oggetto specifico. Quelli ad alta interazione invece sono situati nelle sale di orientamento o all'accoglienza del percorso. Il prodotto da posizionare dovrà essere pensato in relazione all'ambiente in cui si trova, e lo stesso vale per le interfacce che oltre ad essere semplici ed intuitive, dovranno rispettare l'identità visiva



Al museo Lavazza di Torino, viene consegnata una tazzina da caffè che permette di attivare contenuti multimediali.

2.4 ESEMPI ON-SITE

dell'istituzione. La grande differenza tra totem e tavoli è che i tavoli sono multiutente mentre i totem sono a fruizione singola, per ciò viene richiesta una tipologia differente di contenuti soprattutto riguardante la durata, per evitare che il prodotto venga monopolizzato per troppo tempo o per il fatto che i totem venendo utilizzati in piedi stanchino troppo il visitatore.

Un esempio eccellente di tavolo multimediale all'interno del museo è quello dei tavoli del Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum di New York. Dalla riapertura del museo nel 2015, dopo una ristrutturazione durata 3 anni, in cui sono stati digitalizzati tutti gli oggetti contenuti, sono stati installati dei tavoli touchscreen con una risoluzione 4K, di varie dimensioni 84, 55 e 32 pollici, sono dotati di software interattivi e utilizzano la stessa tecnologia touch degli smartphone. All'interno c'è il Collection Browser che consente di accedere a migliaia di oggetti



I tavoli touchscreen del Smithsonian Design Museum di New York,

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

della collezione, fino ad un massimo di sei persone per tavolo. I visitatori possono esplorare simultaneamente immagini, selezionati dal “*object river*” che scorre al centro del tavolo, selezionando l’oggetto si possono ingrandire i dettagli, conoscere la storia dell’oggetto e degli oggetti correlati organizzati sia per tema che per motivo formale. Inoltre, è possibile disegnare una forma che farà apparire un oggetto della collezione correlato¹.

Questi tavoli o totem interattivi possono poi interagire con altri oggetti, come al Museo Lavazza di Torino, dove all’inizio del percorso viene consegnata ad ogni visitatore una tazzina da caffè, elemento fortemente identificativo, che se appoggiato sugli oggetti multimediali ed interattivi permette di attivare le installazioni e approfondire le tematiche del museo. La tazzina inoltre è dotata di un sensore che permette a fine visita di ottenere, via mail, il percorso compiuto all’interno del museo per conservarne la memoria e per approfondire ciò che si è visto².

B. Realtà aumentata, realtà virtuale e realtà mista

Prima di affrontare l’argomento è necessario analizzare le definizioni per capire cosa caratterizza i due sistemi informativi della realtà aumentata e della realtà virtuale.

La realtà aumentata (AR) è una tecnologia che consente di sovrapporre informazioni digitali, come ad esempio immagini, video o testi, al mondo reale. Sostanzialmente, permette di arricchire la realtà fisica con elementi digitali, creando

¹ <https://www.cooperhewitt.org/new-experience/>, consultato il 7 marzo 2023

² <https://www.lavazza.it/it/museo-lavazza/scopri-il-museo.html>, consultato il 7 marzo 2023

A sinistra, un esempio di realtà aumentata visibile tramite tablet.

A destra, la ricostruzione di un sito archeologico tramite la realtà virtuale.



un'esperienza di interazione tra il mondo reale e quello virtuale. Per creare un'esperienza di realtà aumentata, l'utente utilizza un dispositivo dotato di telecamera, come ad esempio uno smartphone o un tablet, che cattura l'immagine del mondo reale. Grazie a un'applicazione specifica, l'utente può quindi visualizzare informazioni digitali sovrapposte all'immagine del mondo reale. Per fare un esempio, con l'AR si potrebbe "ricostruire" e visualizzare la parte mancante di un complesso architettonico per dare al visitatore un'idea di completezza.

La realtà virtuale, (VR), invece, è una tecnologia che permette di creare esperienze immersive e interattive attraverso l'uso di un ambiente simulato al computer. Essa consente di creare un ambiente digitale che può essere percepito dall'utente come se fosse reale. Per creare un'esperienza di realtà virtuale, l'utente indossa un dispositivo specifico, come ad esempio un visore o dei guanti sensoriali, che permettono di interagire con il mondo virtuale. Grazie a sensori di movimento e microfoni, l'utente può vedere, ascoltare e interagire con oggetti e ambienti digitali in modo molto realistico. Questi dispositivi inoltre richiedono la manutenzione da parte dell'istituzione e non sempre sono graditi dai visitatori. Con la VR, per completare l'esempio di prima, si potrebbe collocare il complesso architettonico nel contesto originario in cui venne realizzato.

Oltre a queste due realtà, si può parlare anche di realtà mista



A sinistra, l'utilizzo di un oculus per guardare la realtà virtuale. A destra, una visualizzazione del sottomarino Toti, disponibile al Museo della Scienza e della Tecnica L. Da Vinci di Milano.

(MR), ovvero l'unione dei due sistemi definiti precedentemente, che creano un unico prodotto che permette di incrementare la conoscenza del patrimonio.

Un esempio di utilizzo di AR è Open Heritage di Google Arts & Culture, questo progetto nasce dopo la distruzione da parte di talebani di due monumenti raffiguranti Buddha situati a 250km da Kabul. Da quel momento Ben Kacrya, ingegnere iracheno sviluppa una tecnologia che permette di ricostruire 3D gli oggetti, architetture, monumenti che vengono scannerizzati tramite l'utilizzo di droni³. Tutti i siti a rischio che vengono riprodotti 3D sono poi visitabili virtualmente su Google⁴, oltre al fatto che le scansioni millimetriche consentono di intervenire eventualmente per identificare aree danneggiate e supportare fasi di restauro.

In Italia uno dei primi utilizzi della VR è stato fatto dal Museo della Scienza e della Tecnica L. da Vinci di Milano, che ha realizzato un'applicazione, chiamata Toti Submarine VR Experience⁵, dove è stato riprodotto per intero il sottomarino

3 <https://artslife.com/2018/04/26/open-heritage-il-3d-di-google-arts-culture-e-cyark/>, consultato il 7 marzo 2023

4 <https://artsandculture.google.com/project/openheritage>, consultato il 7 marzo 2023

5 <https://www.museoscienza.org/it/toti-submarine-vr-experience>, consultato il 7 marzo 2023

2.4 ESEMPI ON-SITE

S5o6 Enrico Toti. Tramite l'utilizzo dello smartphone e di una normalissima case in cartone che elimina la visuale intorno allo schermo, si permette all'utente di esplorare in prima persona il sottomarino in due modalità: una più tradizionale "*esplora il battello*", che è una vera e propria visita guidata interattiva, e "*immersione rapida – avventura a bordo*" un'avventura punta e clicca ambientata sul battello nel 1990 in missione nel Mar Mediterraneo durante la quale il giocatore sarà chiamato a svolgere una serie di operazioni di bordo finalizzate a un'immersione rapida, per far fronte ad un'operazione 'caccia som'⁶. L'app consente di osservare in prima persona gli spazi del sottomarino, mentre una voce narrante ne descrive la storia e il funzionamento.

Un progetto di MR è stato realizzato a Roma, da Zètema, dal titolo *L'Ara com'era*, dedicato alla valorizzazione dell'ara fatta realizzare da Augusto. Attraverso visori Samsung GearVR era permesso di vedere elementi virtuali e reali direttamente dal loro campo visivo, grazie ad un tracking in tempo reale i contenuti virtuali appaiono ancorati agli oggetti reali. In questo intervento inoltre, in base ai punti di interesse accessibili, alcuni fruibili in AR e altri in VR, è possibile vedere la scena popolarsi di personaggi, suoni e voci come uno spaccato dell'epoca mentre i calci prenderanno vita e si raccontano in prima persona.⁷ Purtroppo questa attività è stata conclusa il 31 dicembre 2019.

6 <https://ivipro.it/it/portfolio-item/toti-submarine-vr-experience/>, consultato il 7 marzo 2023

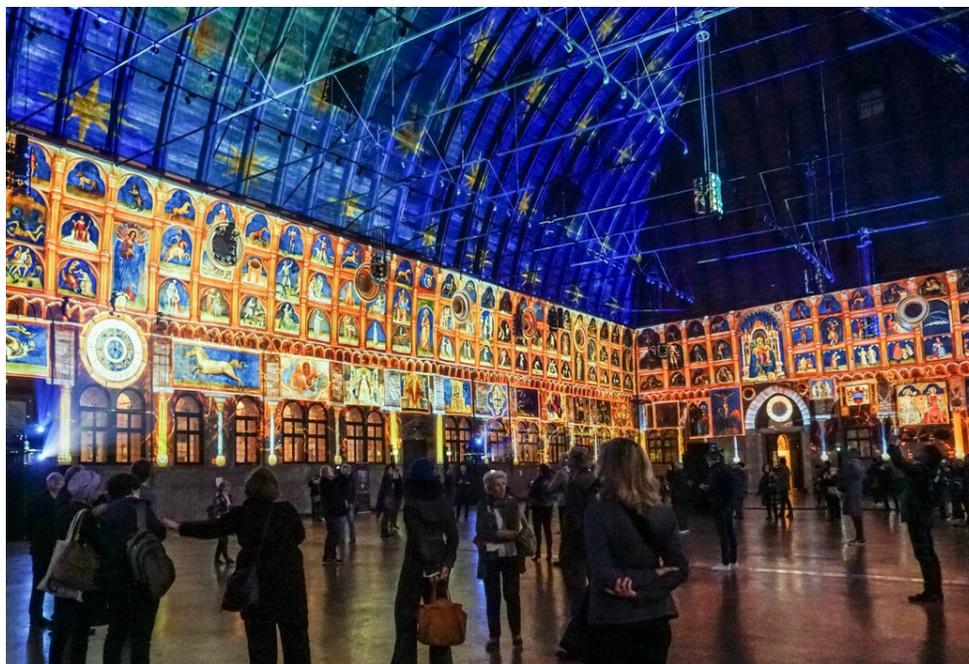
7 <https://www.zetema.it/attivita/lara-comera/>, consultato il 7 marzo 2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

C. Videomapping

Il video mapping, è una tecnica di proiezione video che consente di creare effetti visivi tridimensionali su superfici reali, come ad esempio pareti, edifici, statue o altri oggetti architettonici. Utilizzando un software di proiezione per mappare la superficie dell'oggetto o dell'edificio è possibile proiettare un'immagine. Il software tiene conto delle dimensioni, delle forme e della posizione dell'oggetto per creare un'immagine tridimensionale in grado di adattarsi perfettamente alla superficie. In questo modo, l'immagine sembra prendere vita e interagire con l'ambiente circostante, creando un'esperienza visiva mozzafiato. Il mapping può essere considerato una forma di AR, in quanto, la proiezione altera la reale visione arricchendola di contenuti. Inoltre, negli ultimi anni sta prendendo sempre più piede soprattutto nei contesti urbani. Un vantaggio ulteriore di questa

La riproduzione della cappea degli scrovegni dentro al palazzo della Regione di Padova, realizzata tramite videomapping.



2.4 ESEMPI ON-SITE

tecnologia è che non richiede l'utilizzo di ulteriori device da parte dei visitatori, permettendo libertà totale vivendo un'esperienza in modo immersivo

Il videomapping si esprime prevalentemente in due vie: la performance artistica e progetti di storytelling, che raccontano la storia del luogo e degli edifici su cui avviene la proiezione. Come per l'AR, la VR e la MR i contesti comunicativo in cui funziona meglio questa tecnologia è quello dell'archeologia e della storia dell'architettura.

Un esempio eccezionale dell'utilizzo del videomapping è *Sidera Aurea*, un video mapping immersivo prodotto da Odd Agency all'interno del Palazzo della Ragione di Padova. Un percorso storico ed emotivo che traccia la parabola che la sala Picta ha vissuto attraverso i secoli, dalla nascita fino alla sua distruzione, avvenuta nel 1420 a causa del celebre incendio che

Il video mapping spesso è realizzato sulle facciate degli edifici per raccontarne la storia, o quella dei luoghi in cui si trovano.



CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

ha annientato il ciclo pittorico originale dipinto da Giotto. Il video mapping trae ispirazione dalla narrazione astrologica del ciclo pittorico e dalla sua iconografia, in un continuo dialogo fra immagine e architettura, questi sono i veri protagonisti del racconto, essi rappresentano l'Uomo, la sua creazione, l'Arte e la volontà umana che combatte l'azione disgregatrice degli agenti esterni, primo fra tutti, il Tempo. Il pubblico è quindi chiamato ad immedesimarsi in questa lotta contro la forza del destino che lo avvolge e lo sovrasta⁸.

D. Chatbot

Gli chatbot sono programmi software che utilizzano l'intelligenza artificiale per simulare una conversazione umana su piattaforme di messaggistica istantanea come Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram, Slack e molte altre. Possono essere programmati per rispondere a domande comuni, fornire informazioni sul prodotto o servizio, gestire prenotazioni e appuntamenti, risolvere problemi tecnici e molti altri compiti. Alcuni di questi chatbot utilizzano algoritmi di machine learning e tecniche di elaborazione del linguaggio naturale per migliorare l'esperienza utente e offrire risposte più precise e personalizzate. Un esempio di chatbot è Siri per i sistemi Apple o ChatGPT, una chatbot più avanzata, in grado di comprendere meglio il contesto e rispondere in modo più naturale e preciso. Durante l'utilizzo di queste chat l'utente viene guidato sia attraverso la scelta di opzioni predefinite, che tramite risposte complete a trovare risposte alle proprie domande.

Gli chatbot sono particolarmente adatti al pubblico giovane,

8 <https://www.sideraurea.it/>, consultato il 7 marzo 2023

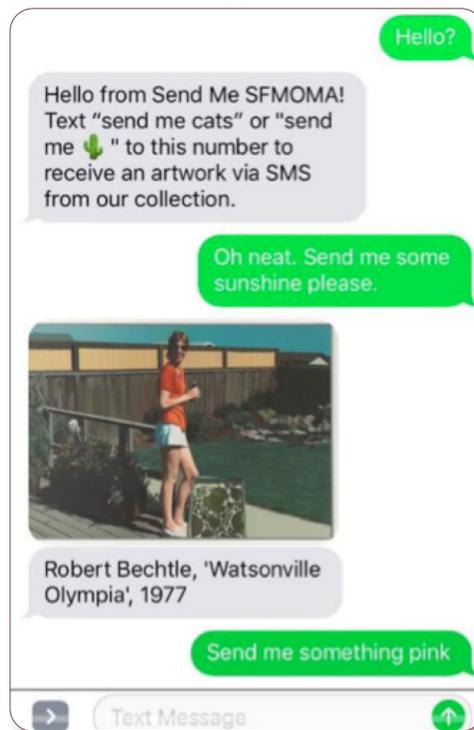
2.4 ESEMPI ON-SITE

abituato a dialogare attraverso i propri smartphone con amici e coetanei. Essi rappresentano un sistema “amico” che si basa su testi brevi di messaggistica, ideali per l’istantaneità, e potrebbero incoraggiare l’utilizzo del museo da parte di questo tipo di pubblico. Inoltre, gli chatbot hanno il vantaggio di utilizzare applicazioni già diffuse e molto conosciute, senza la necessità di scaricarne di nuove, risparmiando spazio in memoria e tempo di apprendimento. Dal punto di vista del museo, l’impiego di un chatbot può rappresentare una nuova forma di interazione diretta e colloquiale con il pubblico, e permettere di raccogliere informazioni importanti sugli interessi specifici degli utenti. Attraverso semplici ma fondamentali domande, come quelle riguardanti le informazioni più richieste, le opere più amate dai visitatori o quelle che vengono trascurate, lo chatbot può

fornire un feedback prezioso al museo⁹.

Un esempio di utilizzo di una chatbot in ambito museale è quello del SFMOMA, il museo di arte moderna di San Francisco, che ha sviluppato una chatbot chiamata *Send me SFMOMA* questa è un servizio SMS che fornisce un metodo accessibile, personale e creativo per condividere l’ampiezza

9 <https://www.musei-it.com/post/chatbot-nei-musei>, consultato l’8 marzo 2023



Screenshot del Chatobot del San Francisco MOMA.

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

della collezione di SFMOMA con il pubblico. Inviando un SMS al numero 572-51 con le parole “send me” seguite da una parola chiave, da un colore o anche da un’emoji si riceve via SMS l’immagine di un’opera d’arte e la relativa didascalia. Ad esempio, “Send me Ocean” potrebbe farvi ottenere l’opera *Breaking Wave* di Pirkle Jones, Golden Gate; “Send me something blue” potrebbe farvi ottenere *Éponge (SE180)* di Yves Klein. Durante i primi quattro giorni dalla pubblicazione sono state ricevute più di 12.000 richieste via SMS, che hanno generato oltre 3.000 opere d’arte diverse, più di quelle attualmente esposte al SFMOMA, inviate agli utenti di tutto il mondo. Inoltre, molte di queste opere sono attualmente in deposito e raramente sono visibili al pubblico. Quando si chiede “Send me ...” non riceverete la totalità delle opere che rientrano nella vostra ricerca, ma soltanto un’opera scelta solo per voi. In questa maniera forse un giorno si avrà la possibilità di poter visitare l’opera nelle gallerie del SFMOMA, oppure si potrebbe essere l’unica persona a vederla per anni¹⁰.

E. Videogiochi

I videogiochi sono una delle espressioni artistiche e culturali della contemporaneità e, in un prossimo futuro, saranno sicuramente commissionati da sempre più enti così come oggi si fa con una installazione che impreziosisce una pizza con l’acquisto di un’opera d’arte da parte di un museo. In fondo su una tela digitale coesistono espressioni artistiche consolidate. In un videogioco troviamo pittura, poesia, scultura, architettura, musica. Ad ogni modo questo aspetto è ancora oggi fortemente

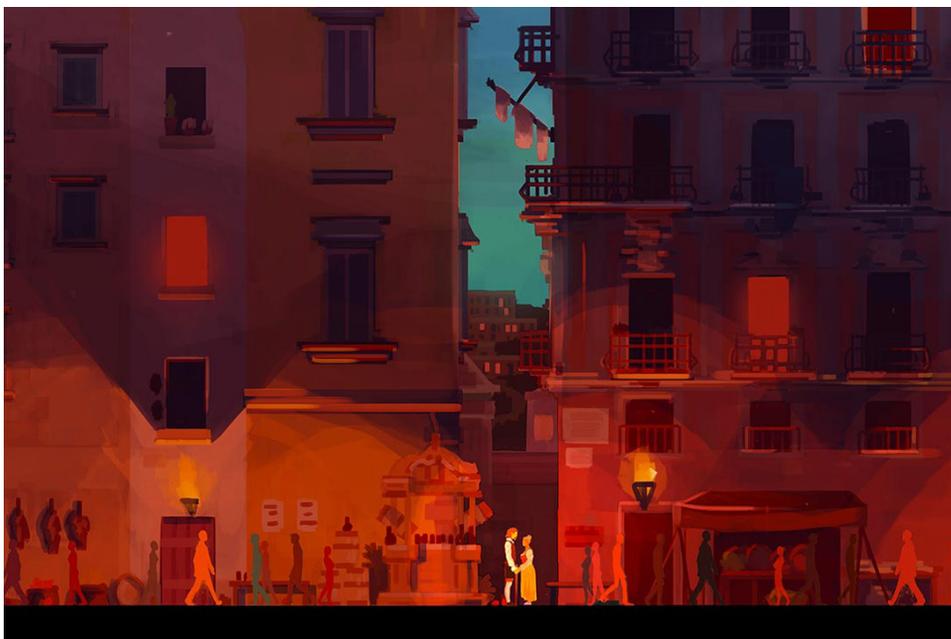
¹⁰ <https://www.sfmoma.org/read/send-me-sfmoma/>, consultato l’8 marzo 2023

2.4 ESEMPI ON-SITE

da parte di molti, ma non possiamo negare che l'ambito dei videogiochi vada sempre più guardato come ambito delle tecnologie del futuro, sia da un punto di vista del coinvolgimento del pubblico, ormai non solo giovanile ma adatto a tutte le età, sia da un punto di vista di introito economico. Bisogna iniziare a guardare sempre di più il videogioco come potente strumento per portare il "museo fuori dal museo". Attraverso il suo linguaggio contemporaneo e l'ubiquità della sua diffusione internazionale rende possibile il trasferimento di messaggi anche culturali. La condizione è sovvertire l'ordine edutainment, forma di intrattenimento finalizzata sia a educare sia a divertire, per sposare una logica entert-edu, educazione tramite intrattenimento leggero, e sfatare l'idea del gioco strumento per raggiungere esclusivamente un target scolastico¹¹. Bisogna fare

¹¹ <https://www.tuomuseo.it/progettare-videogiochi-per-musei/>, consultato l'8 marzo 2023

Immagine
dell'ambientazione del
gioco *Father and Son's*
nella città di Napoli.



CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

un ulteriore passo verso l'utilizzo del videogioco quale ponte fra la cultura storico-artistica e le nuove generazioni.

Ma il complesso mondo dei videogiochi necessita di essere analizzato e compreso in tutta la sua complessità e nella sua potenzialità di diffusore di un messaggio. Esso ha bisogno, come ogni altra tecnologia, sia di persone capaci di creare un videogame, dal lato pratico, che di persone in grado di strutturare una storia credibile, ricca di contenuti, che sia in stretta connessione con l'istituzione museale per la quale viene realizzata. Se ben progettato, un videogioco può, sicuramente, divenire uno strumento utile per coinvolgere una fascia di pubblico che è magari disposta a giocare ma è poco attratta dal mondo dei musei. Creare un gioco che funziona può voler dire, quindi, rendere il museo più attrattivo e più frequentato. Un gioco, inoltre, può essere un utile strumento per mantenere vivo il rapporto con il visitatore, consentendo un'interazione anche nelle fasi pre e post visita. Attraverso il gioco, egli diventa protagonista attivo: le sue scelte influenzano l'esperienza portandolo a scoprire il patrimonio in modo diverso, ma non meno interessante.

Uno dei migliori videogiochi basati su un museo è *Father and Son – the game* -, questo ha una nuova forma di storytelling: un modo nuovo di raccontare il museo, la sua storia e le sue collezioni, nel quale le scelte del giocatore nel corso dell'esperienza influenzano l'esito finale del videogioco. La sua dimensione

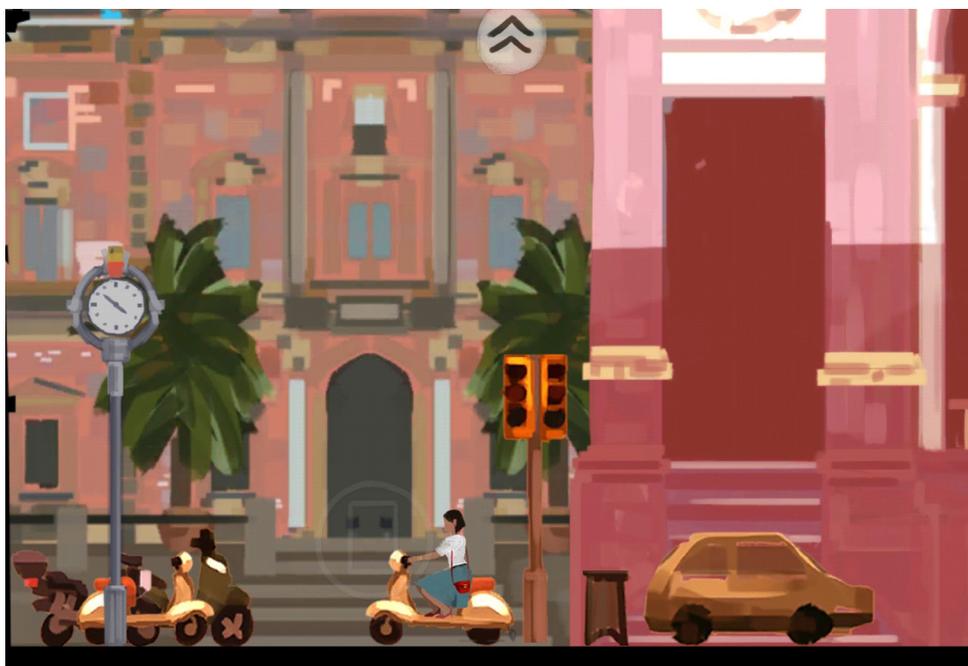


Di questo gioco è stata curata anche la colonna sonora che è scaricabile tramite una donazione, per sostenere i costi del museo.

2.4 ESEMPI ON-SITE

narrativa è molto coinvolgente e ha una grafica particolarmente curata ed elegante. Il videogame consente di esplorare diverse collezioni museali e di sbloccare contenuti inediti se si visita il MANN grazie alla geolocalizzazione. Durante l'esperienza, il protagonista attraversa diverse epoche storiche, scelte in modo da far acquisire all'utente la consapevolezza dell'esistenza dei tre principali nuclei tematici delle collezioni permanenti del MANN: quella pompeiana, quella Farnese e quella egizia. Nel gioco sono riprodotti 3 km di strade della città di Napoli e le sale del Museo. Il giocatore incontra dieci diversi personaggi e si imbatte in storie che attraversano le epoche, ma che presentano costanti riferimenti alla vita attuale. È molto interessante la scelta di non richiamare il nome del museo nel titolo del gioco, per rimanendo tutto il gioco interconnesso con l'istituzione museale¹². Questo

12 <https://mann-napoli.it/father-and-son-the-game/>, consultato l'8 marzo 2023



La versione 2 del gioco, un sequel della prima parte, sempre ambientato a Napoli.

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

gioco ha avuto un incredibile successo, avendo superato in 5 anni il milione di download solo su Google Play e avendo una valutazione di 4.2 su 5¹³. Inoltre nel 2022 è uscito anche il sequel del gioco *Father and son 2 – the game* -. Un grandissimo risultato raggiunto dal videogioco è stato che 12.000 utenti si sono messi a giocare all'interno del museo per sbloccare dei contenuti extra, non si sa se erano nuovi visitatori o di ritorno, ma comunque ha aumentato l'attenzione che c'è sul museo.

F. App

Un'app (abbreviazione di "applicazione") è un software progettato per essere eseguito su un dispositivo mobile come uno smartphone o un tablet, o su un computer desktop o portatile. Le app possono essere scaricate e installate sui dispositivi tramite un negozio virtuale come l'App Store di Apple o il Google Play Store. Inoltre, possono avere molte funzioni. Ad esempio, possono consentire agli utenti di accedere a servizi online, svolgere giochi, gestire le proprie finanze, controllare il proprio stato di salute e molto altro ancora. Esistono app per quasi ogni esigenza, e sono diventate parte integrante della vita quotidiana per molte persone in tutto il mondo. Esse si suddividono in app native e in web app.

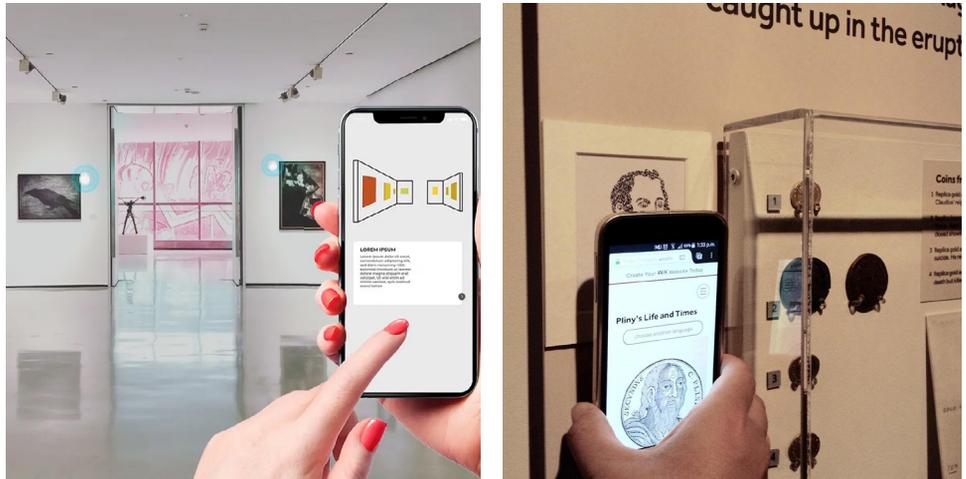
Le app native sono applicazioni sviluppate specificatamente per un sistema operativo; quindi, il linguaggio di programmazione sarà differente da un sistema operativo all'altro, e sono installate fisicamente sul dispositivo dell'utente, il quale può accedere allo store e scaricare tutte le app di suo interesse. Una web app,

¹³ <https://play.google.com/store/apps/details?id=it.tuomuseo.fatherandson&hl=it&gl=US>, consultato l'8 marzo 2023

2.4 ESEMPI ON-SITE

invece, è sostanzialmente un collegamento a un applicativo da remoto. A differenza dell'app nativa, la web app non risiede fisicamente nel dispositivo, tuttavia, per funzionare richiede un costante accesso a internet e le sue prestazioni sono determinate dalla qualità e della velocità della connessione, questo porta una maggior difficoltà di utilizzo da parte dei visitatori stranieri. Ma, grazie alla quotidianità di utilizzo di smartphone, l'uso delle app, facilita l'utente in quanto non deve imparare ad utilizzare una nuova tecnologia e inoltre solleva il museo da

A sinistra, l'utilizzo dei beacon con il bluetooth all'interno di un'applicazione. A destra, l'utilizzo della tecnologia NFC per utilizzare l'applicazione.



tutte quelle responsabilità di manutenzione e aggiornamento dei dispositivi da dare ai visitatori in prestito. Per facilitare l'utilizzo delle app in ambito museale si possono considerare diverse tecnologie come i Beacon Bluetooth, trasmettitori hardware che trasmettono il loro identificatore ai dispositivi elettronici portatili vicini, la loro tecnologia consente a smartphone, tablet e altri dispositivi di eseguire azioni quando si trovano in prossimità di un beacon. Oppure i NFC, Near Field Communication, chip di connettività bidirezionale a corto raggio, famosi per il recente utilizzo di pagamento contactless, evitano l'utilizzo del bluetooth e appoggiando lo smartphone su

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

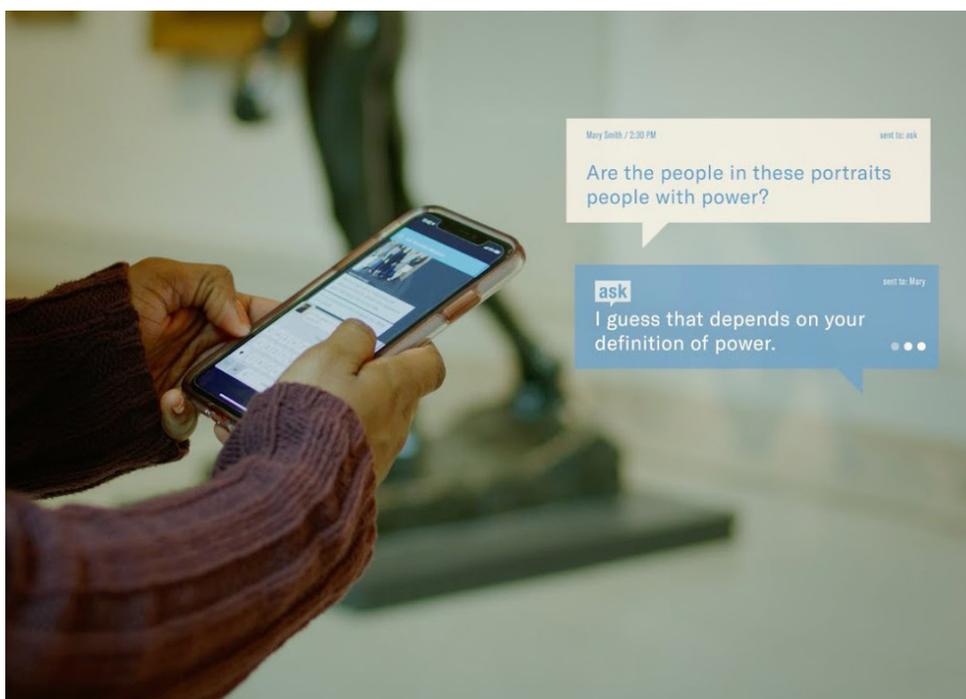
un'etichetta vicino all'opera vengono ricevute le informazioni riguardanti. Tuttavia, la tecnologia che rimane più diffusa, grazie anche ad un notevole miglioramento delle fotocamere degli smartphone, è il QRCode, Quick Response Code, oltre ad essere anche il più semplice come utilizzo. Esso non è altro che un codice bidimensionale che permette di accedere a contenuti di approfondimento e ottenere informazioni.

Le app in ambito museale sono tantissime e si classificano a metà tra l'on-site e l'online. Esse infatti si possono adoperare all'interno delle istituzioni culturali, ed è l'utilizzo più frequente, ma spesso vengono usate anche a distanza ed è possibile realizzarle apposta per essere utilizzate anche prima o dopo la visita a seconda dell'obiettivo che l'istituzione culturale vuole raggiungere.

Uno degli esempi più virtuosi di applicazioni create apposta per i musei è Ask App, applicazione lanciata nel 2016 dal Brooklyn Museum di New York. Il team del progetto ha capito che i visitatori vogliono parlare di arte con persone reali in modo dinamico e personalizzato. Per questo è stata sviluppata un'applicazione mobile a cinque stelle per iOS e Android che consente ai visitatori di porre domande e parlare di arte con esperti in tempo reale quando si trovano al Museo. I visitatori sono collegati con un team appositamente addestrato che ha sviluppato un modello di coinvolgimento unico attraverso gli sms, utilizzando le domande dei visitatori come trampolino di lancio per conversazioni più lunghe. Fornisce raccomandazioni personali basate sugli interessi e offrono collegamenti con gli oggetti vicini per incoraggiare l'esplorazione. Enfatizzano lo sguardo ravvicinato, allontanando gli occhi dagli schermi dei dispositivi mobili e dirigendoli verso le opere d'arte. Il risultato

2.4 ESEMPI ON-SITE

è un coinvolgimento completo da parte del visitatore, che si sente più libero di porre qualsiasi domanda senza imbarazzo per via dell'anonimato. Oltre ad essere utile per i visitatori questa app aiuta il museo a basarsi sui quesiti posti per comprendere dove è necessario migliorare la comunicazione e come si sviluppa la visita dei visitatori, per poterla migliorare.



L'applicazione del Brooklin Museum, ti mette in contatto con esperti e curatori che rispondono in tempo reale alle tue domande.

2.5 ESEMPI ONLINE

Analizzando i dati forniti ogni anno dall'agenzia internazionale *We Are Social* in collaborazione con *Hottsuite* si scopre che nel 2023 gli utenti Internet nel mondo sono stati 5.16 miliardi, con una media di 6 ore e mezza di tempo trascorso su internet, di cui due ore e mezza solo sui social media¹. Questi dati premono sempre di più per far sì che tutti gli enti si trovino su internet, che è il mezzo di informazione più utilizzato dalle persone per informarsi e ampliare le loro conoscenze.

Gli enti museali si stanno accorgendo sempre di più di questo fatto, secondo l'analisi dei visitatori dei musei, monumenti e aree archeologiche nel 2021, realizzata da BVA Doxa, i visitatori per la fase di ispirazione e ricerca su quale museo andare a visitare utilizzano i seguenti strumenti: i canali ufficiali, come il sito, gli account social e le newsletter sono visitati dal 49%, seguiti dai motori di ricerca utilizzati dal 40%, dal passaparola 23% e da commenti e recensioni che sono motivo di visita solo per il 22% dei visitatori. Invece, considerando la fase di acquisto, i dati dell'indagine sui consumatori confermano la preferenza dei visitatori di acquistare il biglietto d'ingresso alla biglietteria fisica, per il 45%. Tuttavia, è ormai diffuso anche l'utilizzo della biglietteria online sul sito dell'istituzione, 30%, o di un rivenditore autorizzato 14%².

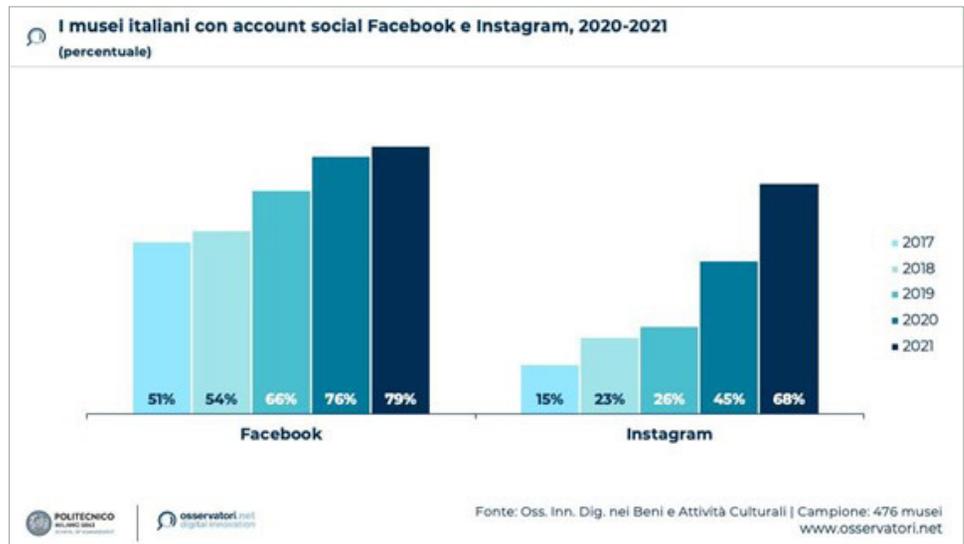
A seguito delle indagini dell'Osservatorio Innovazione digitale nei Beni e Attività Culturali della School of Management del Politecnico di Milano, effettuate in occasione del convegno “

¹ <https://wearesocial.com/it/blog/2023/01/digital-2023-i-dati-globali/>, consultato l'8 marzo 2023

² <https://www.italiaoggi.it/news/musei-e-teatri-sempre-piu-a-portata-di-clic-2568728>, consultato il 9 marzo 2023

2.5 ESEMPI ONLINE

Il grafico esprime la presenza sui social dei musei italiani del quinquennio 2017-2021.



cultura riapre i sipari, il digitale va in scena?” è emerso che, come era facilmente prevedibile, la pandemia ha accelerato il processo di trasformazione digitale della cultura, anche se la ripresa delle attività in presenza ha frenato il processo che però delinea prospettive future chiare in un ambito che dovrà essere sempre più supportato dalla tecnologia. Alcuni dei dati che emergono sono i seguenti: nel 2021 ancora la metà delle istituzioni culturali italiane non ha personale dedicato all’innovazione digitale. I musei italiani nei prossimi due anni dedicheranno il 28% degli investimenti alla conservazione e digitalizzazione della collezione e il 19% a quella dei servizi di supporto alla visita in loco. Solo 1 istituzione culturale su 5 ha un piano strategico dedicato al digitale³.

Sempre l’Osservatorio Innovazione digitale nei Beni e

³ <https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/innovazione-musei-teatri>, consultato il 9 marzo 2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

Attività Culturali della School of Management del Politecnico di Milano ha portato avanti un'altra analisi che ricercava su un campione di 476 musei, la creazione di profili social, in particolare Facebook e Instagram, negli anni tra il 2017 e il 2021. Il risultato di questa analisi dice che nel 2021 il 79% dei musei aveva un profilo Facebook e il 68% un profilo Instagram, è ben visibile dal grafico l'aumento dei profili creati durante la pandemia Covid-19. Questo dato inoltre si può rapportare all'analisi del quinquennio precedente dove soltanto il 41% dei musei aveva un profilo social⁴.

Qualora un museo voglia essere attrattivo e funzionare anche sul web deve però avere delle grandi attenzioni, innanzitutto, per avere una strategia di comunicazione complessiva deve partire da una definizione di immagine coordinata dell'istituzione, partendo da un logo, e dovrà tradursi sia in forma analogica che digitale, per permettere il riconoscimento dell'istituzione in qualsiasi contesto. La seconda azione da intraprendere è quella della realizzazione di un sito web, che è la fonte principale di informazione per l'istituzione, a cui si andranno ad integrare i profili social. Questi passi però vanno fatti con la coscienza che la comunicazione sui social è molto veloce e va integrata con quella del sito che invece comunica informazioni che durano nel tempo, oltre al fatto che il pubblico della rete internet è differente da quello dei social. Per questo motivo il mantenimento continuo e la presenza quotidiana fatta di interazione oltre che di creazione dei contenuti garantisce un corretto posizionamento dell'istituzione sul web. Infatti, aprire un sito web e una pagina social che non vengono costantemente

4 <https://www.osservatori.net/it/prodotti/formato/grafici/musei-italiani-account-social-facebook-instagram-2017-2021-grafico>, consultato il 9 marzo 2023

2.5 ESEMPI ONLINE

aggiornati o peggio abbandonati a se stessi, provoca solo un danno e una ricaduta negativa sul museo e sulla sua reputazione⁵.

A. I siti web museali

Il sito web di un'istituzione è il primo luogo dove trovare informazioni strutturate ed esaustive a cui possono far riferimento tutti gli interessati. Esso rimane il canale principale e deve essere in continuo aggiornamento. All'interno bisogna trovare le informazioni di tipo generale come: contatti, orari di apertura, collezioni, storia dell'istituzione, mostre temporanee, conferenze ecc. ma anche informazioni meno rilevanti come il prestito di opere o la chiusura di alcune sale. Questo perché è fondamentale che i visitatori possano organizzare al meglio la propria visita. Il sito web dovrebbe raccogliere tutti i contenuti che richiedono molto tempo per essere fruiti. Infatti, un sito web ricco ed esaustivo è utile a visitatori, specialisti e professionisti per qualsiasi motivo di ricerca, preparazione o riflessione sulla visita. Dal 2016 c'è stato un notevole cambiamento nel panorama mondiale dei siti web museali, essi sono passati dall'essere per lo più testuali e concentrati sulle informazioni pratica ad avere una base visuale, con un incremento dell'offerta formativa e di servizi che riguardano ogni aspetto del museo, fra cui quello fondamentale della fruizione online delle collezioni, che è sempre più considerato il punto di forza dei siti web e obiettivo primario delle istituzioni⁶.

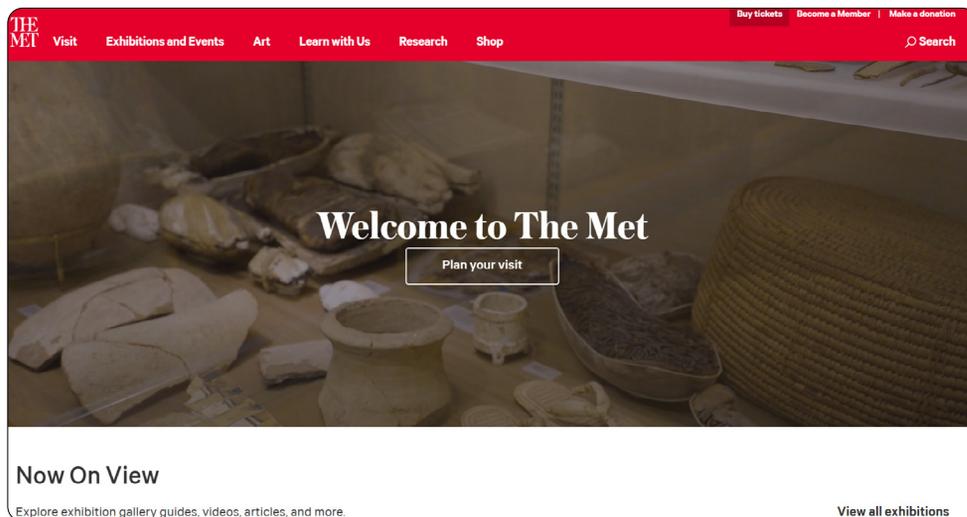
Il sito che ha la maggior completezza di contenuti è quello

5 B. Sgarzi, Social media journalism. Strategie e strumenti per creatori di contenuti e news, Apogeo, 2016

6 N. Mandarano, Musei e media digitali, Carocci Editorie, giugno 2019

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

L'homepage del sito del MET.



del Met, Metropolitan Museum di New York⁷. La home page del sito, con brevi video delle mostre in corso, riporta gli orari delle diverse sedi, le mappe, gli eventi e le news del blog. In alto la testata con i colori del brand, bianco su rosso, è divisa in sei sezioni principali: “Visit”, “Exhibitions and Events”, “Art”, “Learn with Us”, “Research”, “Shop”. Sulla destra, la possibilità di acquistare i biglietti online e di accedere alla stringa di ricerca libera. Ognuna di queste sei sezioni permette la navigazione, grazie a menu a tendina, nei sottomenu. Così, ad esempio, nella sezione “Art” si trovano le collezioni, la timeline e le pubblicazioni sul museo. Il sito consente anche di consultare il database dell’intera collezione del museo. Alle opere si può accedere cronologicamente (tramite una timeline), selezionando un’area geografica o, più semplicemente, cercando un artista o una tematica nella stringa di ricerca che appare cliccando su “The Met Collection”. Cliccando sull’immagine o sul titolo si apre la scheda dell’opera. Per prima cosa appare un’immagine dell’opera, che può essere ingrandita e scaricata, corredata dei dati

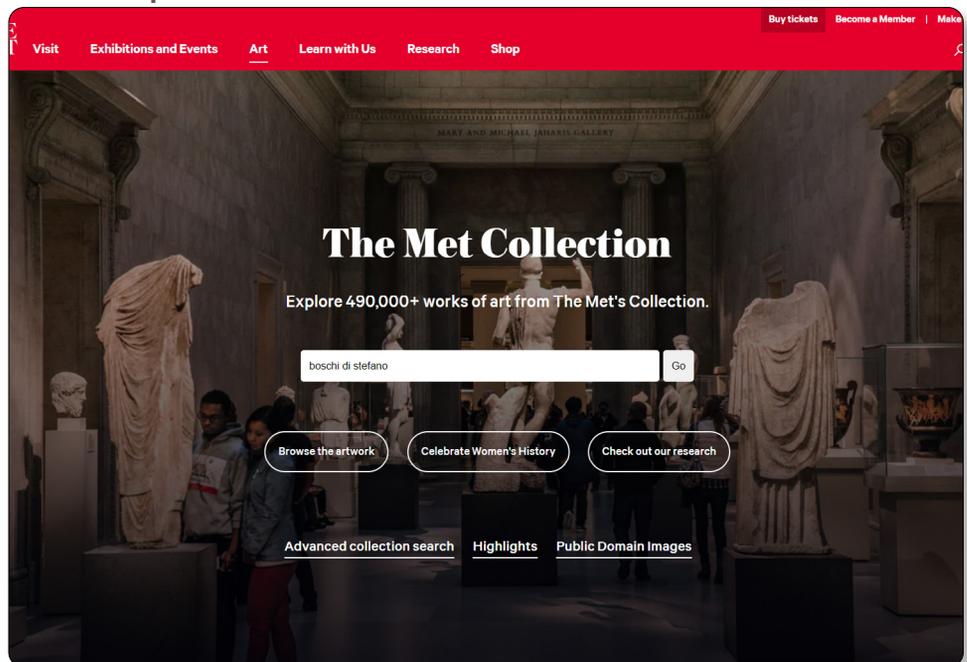
7 <https://www.metmuseum.org/>, consultato il 9 marzo 2023

2.5 ESEMPI ONLINE

tecniche fondamentali. A seguire, grazie a menu a espansione, si ha la possibilità di avere in formazioni di approfondimento che raccontano la provenienza dell'opera, le citazioni inventariali, la storia, l'iconografia, la bibliografia essenziale ecc. La scelta comunicativa fatta dal Met è davvero interessante, perché l'idea stessa di caricare online una scheda molto dettagliata porta con sé il coinvolgimento di più pubblici. Un appassionato potrà trovare le opere, consultare le immagini e leggerne una breve descrizione, mentre gli studiosi potranno avere a disposizione tutte le informazioni necessarie al proprio lavoro. Ognuno potrà scegliere il livello di interazione più consono al proprio modello di visita. Questo lavoro di digitalizzazione delle opere, con relativa schedatura dell'intera collezione, è frutto di molte risorse che spesso è ancora parzialmente mancante in alcuni musei italiani.

B. Le piattaforme social

La pagina di ricerca di opere all'interno della collezione del MET, sul loro sito Internet.



CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

I social media possono essere definiti come piattaforme online utilizzate dalle persone per condividere contenuti testuali, fotografici, audio o video. I social ha cambiato il concetto iniziale di Internet, dove prima pochi produttori di contenuti, tendenzialmente statici, comunicavano a molti, in un luogo dove i fruitori si trasformano in creatori, grazie alla possibilità di interagire con piattaforme di semplice accesso e utilizzo. Questo fa sì che un semplice utente, grazie alla condivisione genera effetti di ridondanza di particolari contenuti fino a farli diventare virali. La grandissima particolarità dei social è che la comunicazione si svolge praticamente in tempo reale, e questo richiede da parte di un utente la capacità di presidiare in continuazione i propri canali, sia che sia un istituzione pubblica, sia che sia un utente normale. Sui social, essendoci una comunicazione diversa, è importante che un'istituzione culturale basi la sua presenza sul dialogo e non tramite una comunicazione da uno a molti. I social inoltre permettono la profilazione del pubblico che seguono un profilo, che può far entrare nella trappola della misurabilità dell'utilità dei social media, ma che non è così semplice, anzi l'obbiettivo primo dei social non è quello di convertire gli utenti in visitatori, ma quello di diffondere il proprio sapere. Per far questo è necessario porsi due domande fondamentali: "Che cosa si vuole comunicare? A chi lo si vuole comunicare?" Queste domande, banalmente ci chiariscono quale tra i vari social è il più adatto alla tipologia di comunicazione che vogliamo intraprendere. Per questo motivo è utile che ogni istituzione individui il proprio "tono di voce" che vuole utilizzare nei vari social, cercando una modalità espressiva originale. Questa può essere formale, divertente o amichevole; l'importante è che renda l'istituzione riconoscibile anche nel linguaggio. L'ultimo, ma non meno importante, punto su cui

2.5 ESEMPI ONLINE

fare attenzione è quello del contesto storico in cui ci troviamo, un momento in cui le persone leggono e si documentano sempre meno, per questo è sempre meglio informare sempre in modo scientificamente corretto, per evitare discussioni e contrasti poco piacevoli con gli utenti. È poi scontato che sia necessario l'utilizzo di materiale fotografico e video di alta qualità perché tante volte questi sono più importanti del contenuto testuale nel coinvolgimento degli utenti⁸.

- Facebook

Anche se il famoso social fondato da Mark Zuckerberg nel 2004, è il terzo social più utilizzato per media mensile dagli utenti del mondo, con una media di 19.4 ore al mese, rimane il primo per utenti attivi al mondo e per social su cui gli utenti cercano notizie⁹. Proprio per questo motivo, oltre che per la tipologia della sua community così ampia, variegata e trasversale che bisogna prendere fin da subito in considerazione di essere presenti su questo social. Ovviamente la pagina dell'istituzione museale, non il profilo, dovrà avere la stessa immagine coordinata del sito web, stesso logo, stessi colori... Di fondamentale importanza è compilare adeguatamente la sezione informazioni. Inoltre, grazie alla presenza della sezione eventi, è più facile comunicare gli eventi che vengono effettuati dell'ente museale.

Uno degli esempi più originali dell'utilizzo dei social, iniziato su Facebook ma continuato poi su Instagram e Twitter con la stessa modalità, è quella della Fondazione Sandretto Re

8 N. Mandarano, Musei e media digitali, Carocci Editorie, giugno 2019

9 <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>, consultato il 9 marzo

2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

Rebaudengo di Torino. I post creati quotidianamente rompono i confini fra i diversi linguaggi - arti visive, pubblicità, Tv, musica, cinema, letteratura -, creando una comunicazione che ormai è diventata unica e identitaria - e, aggiungerei, inimitabile - per la fondazione. Silvio Salvo, social media manager dell'istituzione, attinge da fonti molto diverse: da Barbara D'Urso a Verdone, da Quelo a Fantozzi, dai Radio Head ad Alessandro Bergonzoni¹⁰. Creando meme con personaggi universali, del cinema, della televisione, della pubblicità, della musica, è stato possibile rendere riconoscibile lo spazio del museo è un modo di comunicare unico, molto efficace proprio perché non convenzionale e lontano dalla più classica modalità adottata da altre istituzioni¹¹.

- Instagram

¹⁰ <https://www.facebook.com/fondsrr>, consultato il 9 marzo 2023

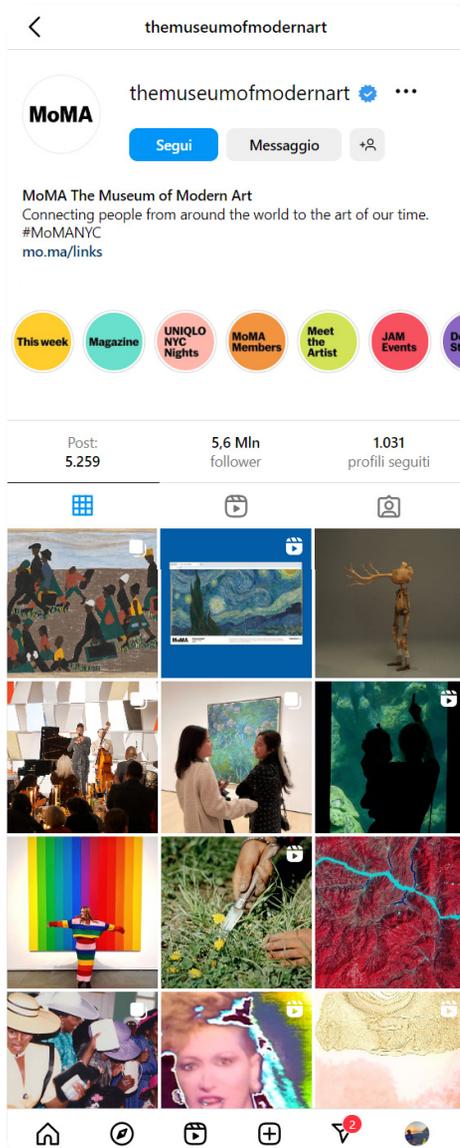
¹¹ <https://www.tribune.com/progettazione/new-media/2017/07/musei-digitale-intervista-silvio-salvo-social-media-manager-ondazione-sandretto-torino/>, consultato il 9 marzo 2023

Esempi di post su Facebook, che comunicano in maniera simpatico e fuori dagli schemi, delle normali comunicazioni, utilizzando meme o eventi nazionali come Sanremo.



2.5 ESEMPI ONLINE

La pagina Instagram del MoMA.



Lanciata nel 2010, Instagram è una piattaforma a base visiva che permette di condividere e scattare foto e video con altri utenti, magari applicando filtri. Nel 2012 è stata acquistata da Facebook, poi diventata Meta, ed oggi è il quarto social con più utenti attivi al mondo ed ha una media di 11.8 ore al mese di visualizzazione per utente¹². L'età media di chi utilizza Instagram è inferiore a quella di chi utilizza Facebook, e questo è una caratteristica di fondamentale importanza per rispondere alla domanda a chi si vuole comunicare. Essendo un social a base visiva, Instagram è forse il mezzo che più si adatta alla comunicazione museale, utilizzarlo correttamente può essere un sistema importante per farsi riconoscere. Di fondamentale importanza è la corretta costruzione della

¹² <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>, consultato il 9 marzo 2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

propria BIO, luogo in cui ci si descrive e unico luogo dove si possono lasciare dei link permanenti.

L'account museale più seguito al mondo è quello del MOMA, con 5,6 milioni di follower. La comunicazione del museo è basata su foto e video che non solo fanno vedere le opere d'arte della collezione, ma soprattutto fanno vedere la vita e le persone che lo vivono, sia quotidianamente che non. La loro pagina si presenta con una BIO molto essenziale in cui viene dato il nome completo del museo, il loro claim: *“Connecting people from around the world to the art of our time.”*, l'hashtag con cui vengono condivisi tutti i post del museo e un link che rimanda al sito web. Tutti i post sono accompagnati da *caption* di media lunghezza scritte con un linguaggio abbastanza formale ma sempre accattivante, mentre le storie seguono tutte lo stesso format: immagini divise in due, una parte tinta unita con scritta nera e l'altra con immagini riguardanti le informazioni che vengono date¹³.

- Twitter

Twitter è una rete sociale nata nel 2006. La sua caratteristica principale è quella della brevità dei messaggi che si possono comunicare, ad ora utilizzando al massimo 280 caratteri, in precedenza erano solo 140 che possono essere accompagnati da immagini o da brevi video, e della velocità di trasmissione delle informazioni che si vogliono dare, quasi immediate. Dal rapporto di We Are Social, Twitter risulta utilizzata in media

13 <https://www.instagram.com/themuseumofmodernart/>, consultato il 9 marzo 2023

2.5 ESEMPI ONLINE

al mese per 5.4 ore, da circa 486 milioni di persone al mondo¹⁴. Essere presenti su Twitter richiede quindi una buona capacità di sintesi, associata all'uso di un linguaggio efficace e che deve immediatamente attirare l'attenzione. Questo perché il flusso dei tweet si aggiorna costantemente e un messaggio che non ha destato interesse invecchia molto in fretta e si perde nel flusso complessivo. Per questo motivo Twitter è luogo di dialogo con un determinato tipo di pubblico e richiede massima attenzione da parte delle istituzioni museali. Le interazioni fra l'istituzione e gli utenti possono avvenire in più modi, si può, ad esempio, rispondere a un tweet che abbiamo ricevuto perché contenente una domanda o una questione che necessita chiarimenti, oppure si può decidere di mettere un "Mi piace" e/o retwittare un tweet ricevuto dai propri follower.

Una delle migliori iniziative di dialoghi tra enti e pubblico è quella ideata da ICOM per l'International Museum Day. Questo evento è stato pensato e promosso dall'ICOM dal 1977 con un tema specifico per ogni edizione, e da qualche anno è approdato anche sui social, e in particolare su Twitter con l'hashtag #InternationalMuseumDay. Per l'ICOM *“l'obiettivo della Giornata Internazionale dei Musei è avere consapevolezza del fatto che i Musei sono un importante mezzo di scambio culturale, arricchimento delle culture e sviluppo di comprensione reciproca, cooperazione e pace fra i popoli”*¹⁵. Le tematiche sulle quali i musei hanno parlato negli scorsi anni sono: nel 2019 *Museums as Cultural Hubs: The Future of Tradition*; nel 2020 *Museums*

14 <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>, consultato il 10 marzo 2023

15 <http://www.icom-italia.org/giornata-internazionale-dei-musei-international-museum-day>, consultato il 10 marzo 2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

for Diversity and Inclusion; e nel 2021 *Museums: Inspiring the Future*. Questa è un'ottima opportunità per contribuire da una parte a diffondere la conoscenza, stimolando l'interesse e chiedendo al pubblico di partecipare attivamente, e dall'altra a creare momenti di condivisione collettiva, pure fra musei, su tematiche centrali per la loro evoluzione e il loro rapporto con la società¹⁶.

- YouTube

YouTube è la piattaforma per la condivisione e la visualizzazione di video, è stata creata nel 2005 e già nel 2006 è stata acquistata da Google per il potenziale di community che può generare. Secondo *We Are Social*, YouTube è la seconda piattaforma con più utenti al mondo e seconda, per poco, per ore al mese di visualizzazione per utente, circa 23,2¹⁷. In Italia invece YouTube è di gran lunga il social con più account, e su cui viene trascorso più tempo¹⁸. Come per tutti i social, è possibile, per un singolo ma anche per un'istituzione culturale, accedere alla piattaforma aprendo un proprio canale che permette, oltre alla visualizzazione, anche la produzione e la messa in rete di contenuti propri. Quando si decide di caricare un video, la piattaforma consente di includere una serie di informazioni di base per catalogare e descrivere i contenuti: dal titolo - che deve essere chiaro e sintetico per essere rintracciato più facilmente dal motore di ricerca - ai tag, alle impostazioni relative alla privacy.

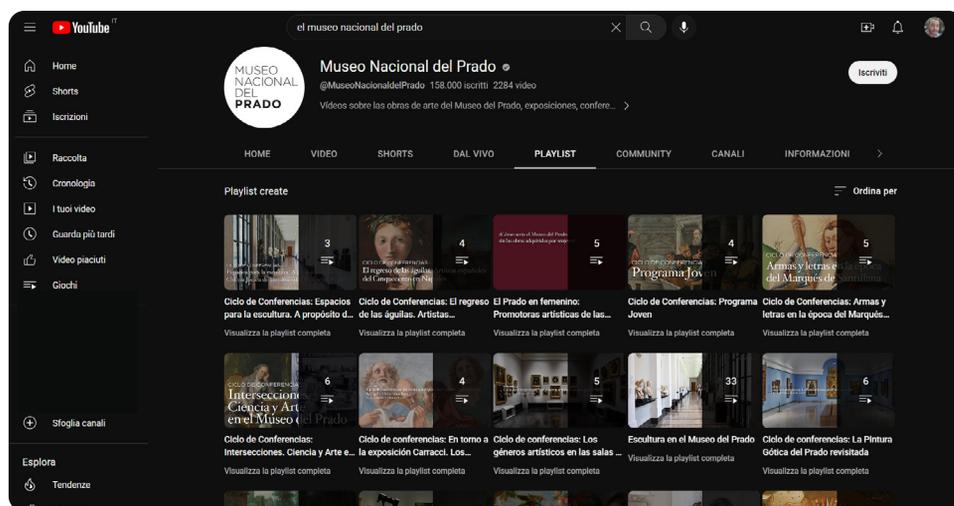
¹⁶ N. Mandarano, *Musei e media digitali*, Carocci Editore, giugno 2019

¹⁷ <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>, consultato il 10 marzo 2023

¹⁸ [https://vincos.it/2022/03/05/social-media-in-italia-utenti-e-tempo-di-utilizzo-2021/#:~:text=Nel%20corso%20del%202021%20ogni,popolazione%20\(2B8%202C2%2025\),](https://vincos.it/2022/03/05/social-media-in-italia-utenti-e-tempo-di-utilizzo-2021/#:~:text=Nel%20corso%20del%202021%20ogni,popolazione%20(2B8%202C2%2025),) consultato il 10 marzo 2023

2.5 ESEMPI ONLINE

La pagina di presentazione del canale YouTube del Museo Nacional del Prado.



Si può inoltre personalizzare la pagina del proprio canale YouTube, così come accade per tutte le altre piattaforme social, inserendo il logo e l'immagine coordinata. Le potenzialità di un canale YouTube, per un museo, sono moltissime ma, spesso, non del tutto utilizzate. Il canale è certamente un archivio in cui andare a caricare tutta la serie dei video che l'istituzione già possiede, ma è soprattutto una piattaforma da inserire nel piano strategico complessivo di comunicazione e che quindi prevede la creazione di contenuti realizzati ad hoc per il canale, con tone of voice che rispetti quello scelto dall'istituzione per la comunicazione, ma che si adatti anche al linguaggio della piattaforma, che è piuttosto informale e diretto, in modo da assicurarsi anche in questo caso una community fidelizzata¹⁹.

Un esempio virtuoso di un canale YouTube di un ente museale molto curato è quello del Museo Nacional del Prado di Madrid²⁰. Esso è ricchissimo di contenuti, come video o

¹⁹ N. Mandarano, *Musei e media digitali*, Carocci Editore, giugno 2019

²⁰ <https://www.youtube.com/@MuseoNacionaldelPrado/featured>, consultato il 10 marzo 2023

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

playlist sulle mostre temporanee, dei restauri delle singole opere, dei riallestimenti delle collezioni. Inoltre hanno una bellissima playlist in cui vengono commentate tantissime opere dagli addetti ai lavori, come conservatori, restauratori ecc. Questa ricca produzione di video, si inserisce nell'ambito di un massiccio studio comunicativo, e proposta con sottotitoli in varie altre lingue diverse dallo spagnolo.

- TikTok

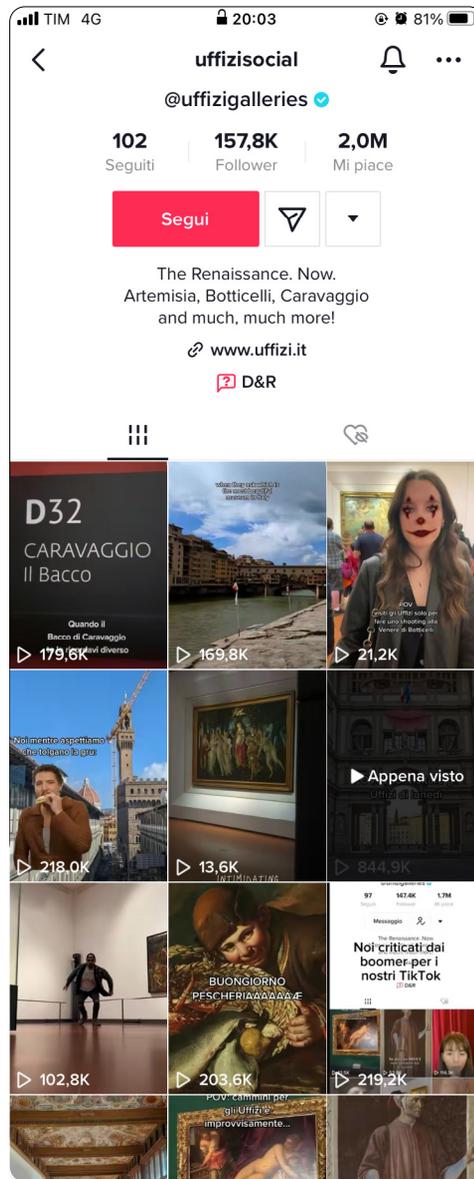
TikTok è un social network nato nel 2016 inizialmente con il nome musicall.ly. Dal 2019 la app vive un vero e proprio boom, diffondendosi a macchia d'olio soprattutto tra gli under 20, fino a superare ad agosto 2020 la quota di 1 miliardo di utenti. TikTok, permette di registrare dei brevi video dalla durata massima di 60 secondi e aggiungere canzoni, suoni o voci da doppiare. A livello globale è la sesta app con più utenti ma è la prima di ore trascorse al mese di utilizzo con 23.6 ore²¹. La grande differenza che c'è tra questo social e gli altri è il concetto di audience, in quanto l'algoritmo è strutturato in maniera tale che i contenuti vengano visualizzati sia da follower che da account "nuovi" senza differenza, questo grazie alla sezione "per te" che è la più guardata dagli utenti, che sono per la maggior parte under 35. Per questo motivo il *tone of voice* che si predilige è quello formale, diretto, tante volte simpatico o scherzoso, dovuto anche dalla natura stessa del social, basato sul doppiaggio. Oltre all'utilizzo degli hashtag per classificare i video, è lo stesso TikTok che collabora per la diffusione delle cultura in pillole, basti pensare che per la già citata Giornata Internazionale dei

21 <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>, consultato il 10 marzo 2023

2.5 ESEMPI ONLINE

Musei ha lasciato che la sua pagina TikTok for Good, fosse amministrata da 23 musei in tutto il mondo che hanno fatto una staffetta di dirette che durasse 24 ore. Questa iniziativa è data dal fatto che nell'ultimo periodo, soprattutto post pandemico, si è registrato un enorme incremento di persone che fruiscono arte e cultura. I contenuti che riguardano questi ambiti hanno ricevuto più di 2 miliardi di visualizzazioni al mese, crescendo del 3000%. Ma non sono aumentate solo le visualizzazioni, l'hashtag #Museum è quello che ha ispirato il maggior numero di creazioni video nel mondo con una crescita del 200% da maggio 2020 a maggio 2021²².

Uno dei primi musei in Europa ad aprirsi il proprio account TikTok è stato il Museo degli Uffizi di Firenze²³.



Il profilo Del Museo degli Uffizi di Firenze su Tik Tok.

²² <https://newsroom.tiktok.com/it-it/giornata-internazionale-dei-musei-tiktok>, consultato il 10 marzo 2023

²³ https://www.tiktok.com/@uffizi-galleries?is_copy_url=1&is_from_webap-

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

Con l'obiettivo di avvicinare un pubblico sempre più giovane e sempre più ampio, trasformando di fatto il museo in un'istituzione viva, rivolta al pubblico del futuro, più che alla contemplazione del passato. Come dichiarato da Ilde Forgione, responsabile del team creativo di TikTok per gli Uffizi: *“Il nostro obiettivo è quello di catturare l'attenzione e incuriosire, elementi indispensabili per avviare un rapporto di fiducia duraturo con il pubblico.”* Il loro account è dominato da video in cui le opere doppiano dialoghi che raccontano situazioni simili a quelle che accadono nel museo, oppure da video in cui le opere imitano situazioni che in quel periodo sono un trend sul social, ma non mancano video di backstage o collaborazioni con altri *artfluencer* che raccontano quello che vedono. Questa modalità di far cultura può sembrare ai più abbassamento di livello, ma il tempo ha dato ragione a questo modo di comunicarsi del museo. Infatti agli Uffizi, la bigliettazione ha mostrato un incremento notevole degli ingressi nella fascia 19-25 (che gode di un biglietto ridotto dedicato): dal 6% nel 2019, al 14,3% nel 2020, con un incremento del 134,4%. Alla riapertura post pandemica, il 21 gennaio 2021, presso la biglietteria del museo fiorentino, la metà dei visitatori aveva meno di 25 anni e, dopo un anno, la presenza di visitatori under 25 alla Galleria ha superato un terzo del totale (34,6%)²⁴.

p=v1, consultato il 10 marzo 2023

²⁴ <https://www.morningfuture.com/it/2021/12/27/che-ci-fanno-i-musei-su-tik-tok/>, consultato il 10 marzo 2023

2.6 ESPERIENZE PHYGITAL

Avendo analizzato cos'è un museo e come esso possa anche essere digitale o virtuale, e quali tecnologie vengono abitualmente utilizzate al suo interno, non si può più immaginare un museo che non abbia un interconnessione tra la fisicità e la tecnologia digitale¹. Questa interconnessione viene chiamata ormai nel mondo Phygital. Linguisticamente, la parola phygital è una combinazione delle parole physical ("fisico") e digital ("digitale") per indicare il sempre crescente incrocio esperienziale e la fusione tra questi due mondi. In altre parole, il termine si riferisce ai modi e ai mezzi con i quali questi due regni - fisico e digitale - si sono fusi l'uno nell'altro, e di

¹ <https://www.finestresullarte.info/opinioni/phygital-cosa-vuol-dire-musei>

L'attività di Marketing di KLM, che se ci si dava il 5 nello stesso momento a New York e a Amsterdam veniva regalato dalla compagnia aerea un viaggio tra le due città.



conseguenza è sempre più difficile impiegarli separatamente². Questo fenomeno viene indicato per la prima volta nel 2007 da Cris Weil, Ceo e Presidente di Momentum Worldwide, società di marketing australiana³, infatti, non è un fenomeno contestuale ai musei, esso è presente in qualsiasi ambito della quotidianità. Basti pensare che ormai tutte le relazioni umane passano tramite una tecnologia digitale, che sia il telefono per le chiamate, per i messaggi, l'utilizzo di app di incontri o dei social per conoscere la vita degli altri, ma anche in campo medico con i nuovi servizi di telemedicina o nel marketing con nuovi metodi di retail o esperienze pubblicitarie come il Demo Store di Rebecca Minkoff⁴ o la campagna pubblicitaria di KLM tra le città di New York e Amsterdam⁵. Per ricreare, però, un'esperienza phygital che possa stupire e creare interazione con i visitatori, bisogna seguire tre elementi essenziali che corrispondono a:

- **Immediatezza:** cioè la possibilità di avere “tutto e subito”, a portata di click.
- **Immersione:** che si riferisce al fatto che l'utilizzo di dispositivi digitali attiva uno stato di forte concentrazione e immersione nell'attività.
- **Interazione:** che è l'elemento dell'esperienza che manca ai canali online classici e si riferisce alla facoltà di esplorare l'ambiente circostante attraverso tutti i cinque sensi⁶.

2 <https://www.musei-it.com/post/2-esempi-di-musei-phygital>

3 <https://www.digital4.biz/marketing/phygital-marketing-cosa-e-vantaggi-esempi-di-strategie/>

4 https://www.youtube.com/watch?v=6G3JIyG_GeY&t=2s

5 <https://www.youtube.com/watch?v=JHG2eIIt7go>

6 <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/phygital/>



L'attività di phygital retail attuata dal negozio di moda Rebecca Minkoff e Ebay.

I musei sono un luogo dove ricreare un'esperienza phygital può essere di enorme aiuto per aiutare alla promozione del patrimonio tangibile e non, inoltre, la possibilità di avere a disposizione tutti quegli oggetti, materiali e opere, che possono essere punto di partenza e spunto per le esperienze ne facilita la realizzazione, e il lockdown, dovuto alla pandemia di COVID-19, ne ha incentivato la produzione.

Ma quali vantaggi porta l'utilizzo di particolari tecnologie all'interno dei musei? In primo luogo, se vengono utilizzate delle particolari tecnologie basate su sensori, audio trasmettitori e video non c'è digital divide perché le interazioni sono innescate da gesti semplici come avvicinarsi a un oggetto o sedersi, e non richiedono alcuna alfabetizzazione digitale. Inoltre, gli oggetti animati conservano ancora quell'aura "magica" che manca ai soliti interattivi digitali come i touchscreen, oltre al fatto che gli questi possono mescolarsi efficacemente con veri

Il Museo Markiezenhof, dove gli oggetti si illuminano e tramite delle casse parlano, per simulare un pranzo nella casa della duchessa.



oggetti museali in contesti fragili come le case museo. Ci sono comunque alcuni svantaggi, tipici di qualsiasi approccio digitale. Il più importante è la manutenzione: le apparecchiature digitali o phygital richiedono un monitoraggio e una manutenzione costanti, attività che di solito non può essere realizzata internamente dal museo e deve essere prevista a livello di contratto iniziale di messa a disposizione, altrimenti

le tecnologie presto si guasteranno per la continua funzione e perchè c'è la possibilità che i visitatori possano romperla in qualsiasi modo. Un altro aspetto da tenere in considerazione è la rigidità: contrariamente a una guida umana, che può adattarsi al pubblico cambiando il suo stile narrativo, questa narrazione fissa non può essere cambiata e non va bene per i visitatori di ritorno⁷.

Ci sono tantissimi esempi che si potrebbero considerare e prendere come modello; come la nuova applicazione creata per il Cenacolo Vinciano di Milano o quella realizzata per il Museo Castel del Monte realizzata da Microsoft Italia, ma ci sono due musei in particolare che hanno deciso di utilizzare il phygital al massimo del potenziale. Il primo è il Museo Markiezenhof nei Paesi Bassi, che grazie a oggetti animati dotati di sensori o

schermi a specchio mescolati ad oggetti reali della collezione dà vita alle gallerie coinvolgendo i visitatori in uno storytelling serrato e coinvolgente che spiega la vita della marchesa, probabilmente prendendo l'ispirazione dai parchi della Disney⁸. Un altro esempio è quello dell'Estonian Maritime Museum, in questo caso utilizzando il videomapping e proiettando sugli oggetti, di grandi dimensioni, in quanto sono sottomarini, barche o eliche, questi diventano interattivi e animati. Inoltre, sono stati creati dei videogiochi apposta in cui il visitatore, utilizzando una vera mitragliatrice, può simulare la difesa di un attacco aereo dalla nave o ancora, è stato creato un simulatore per una barca di salvataggio reale che mostra le difficoltà nella localizzazione di persone in ambiente marino tempestoso. In questa maniera si fa un'esperienza quasi reale di quello che accadeva o accade tutt'oggi, con gli stessi strumenti di chi affronta quelle situazioni tutti i giorni .

Ricreare un'esperienza phygital all'interno del museo quindi permette di mettere ancora di più il visitatore con il museo stessa, abbattendo quel muro per cui la cultura viene semplicemente esposta ed è per i pochi che possono comprenderla, aumentando invece quella modalità di cultura partecipativa e interattiva di cui si parlava nel primo capitolo⁹.

8 <https://www.markiezenhof.nl/>

9 <https://meremuuseum.ee/>



L'Estonian Maritime Museum dove viene simulato l'attacco aereo e ci si difende con una mitragliatrice vera, usata come joystick.

ICONOGRAFIA CAPITOLO 2

Pagina 44:

L'utilizzo della tecnologia nei musei
<https://home.cmog.org/>

Pagina 49:

Opera d'arte *Anything to say?* di Davide Dormino
<https://www.huffingtonpost.it>

Code per entrare alla Pinacoteca di Brera
<https://milano.repubblica.it>

Pagina 51:

Il museo digitale
<https://www.finestresullarte.info>

Pagina 52:

Esempio di archiviazione digitale
<https://www.agendadigitale.eu>

Pagina 54:

L'archivio digitale del MoMA
<https://www.moma.org>

Pagina 57:

Il museo virtuale dell'università di Adelaide, Australia
<https://www.adelaide.edu.au>

Pagina 58:

Il museo virtuale su Van Ghog
<https://artslife.com>

Pagina 61:

La tazzina multimediale del Museo Lavazza a Torino
<https://piemonte.viaggiapiccoli.com>

Pagina 62:

I tavoli interattivi del Design Museum di New York
<https://www.npr.org>

Pagina 64:

Esempio di realtà aumentata in un museo
<https://ettsolutions.com>

Le terme di Caracalla ricostruite con la realtà virtuale
<https://www.artribune.com>

Pagina 65

L'utilizzo di un oculus
<https://vshopg.tk>

La ricostruzione del sottomarino Toti VR
Esperienze del Museo della Scienza e della Tecnica L. da Vinci di Milano
<https://www.museoscienza.org>

Pagina 67:

Il videomapping di *Sidera Aura* a Padova
<https://www.ilgazzettino.it>

Pagina 68:

Esempio di videomapping su un edificio
<https://www.onename.it>

Pagina 70:

Il chatbot del San Francisco MoMA
<https://www.museweb.net>

Pagina 72:

Schermata del gioco *Fathar and Son* realizzato dal MANN
<http://www.fatherandsongame.com/>

CAPITOLO 2 LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA CULTURA

Pagina 73:

Sponsorizzazione colonna sonora del gioco *Fathar and sons* del MANN
<http://www.fatherandsongame.com/>

Pagina 74:

Schermata del gioco *Fathar and son 2* del MANN
<https://mann-napoli.it/>

Pagina 76:

La tecnologia Beacon
<https://www.mokoblue.com>

La tecnologia NFC
<https://storiesfromthemuseumfloor.wordpress.com>

Pagina 78:

L'app Ask App del Brooklin Museum
<https://www.brooklynmuseum.org>

Pagina 81:

Grafico presenze sui social dei musei italiani tra il 2017 e il 2021
<https://www.osservatori.net>

Pagina 83:

Homepage del sito del MET
<https://www.metmuseum.org/>

Pagina 84:

La pagina di ricerca della collezione del MET
<https://www.metmuseum.org/>

Pagina 87:

Esempi di post su Facebook della profilo della Fondazione Sandretto Re Rebaudengo
<https://www.facebook.com/fondsrr>

Pagina 88:

Profilo Instagram del MoMA
<https://www.instagram.com/themuseumofmodernart/>

Pagina 92:

Profilo canale YouTube del Museo Nacional del Prado
<https://www.youtube.com/@MuseoNacionaldelPrado>

Pagina 94:

Profilo Tik Tok Museo degli Uffizi di Firenze
<https://www.tiktok.com/@uffizigalleries>

Pagina 100:

KLM phygital marketing
<https://blog.klm.com/the-perfect-high-five/>

Pagina 102:

Rebecca Minkoff phygital retail <https://www.wsj.com>

Pagina 103:

Fermo immagine Museo Markiezenhof
<https://www.youtube.com/watch?v=MaQ1Vr2zHko>

Pagina 105:

Fermo immagine Estonian Maritium Museum,
<https://www.youtube.com/watch?v=1DlLguRwpBk>



 **CASE
MUSEO
DI
MILANO**



CAPITOLO 3

IL CONTESTO

3.1 I Distretti museali di Milano

3.2 Il progetto Storie Milanesi

3.3 Circuito delle Case Museo. un confronto

3.4 La Casa Museo Boschi Di Stefano

3.5 Report fotografico, l'appartamento oggi

3.1 I DISTRETTI MUSEALI DI MILANO

La divisione dei Musei Civici di Milano, che sono un insieme di musei, gallerie e monumenti di proprietà del Comune di Milano che raccolgono e conservano una vasta collezione di opere d'arte, manufatti storici e reperti archeologici; in distretti è stata introdotta all'inizio di gennaio del 2021, prima della riapertura dei musei post pandemia, come parte di un'ampia ristrutturazione dell'organizzazione del sistema museale della città. Un distretto museale è un modello organizzativo a cui partecipano soggetti diversi in grado di migliorare l'offerta espositiva in una particolare area territoriale, partendo dalla situazione di fatto e dallo studio delle potenzialità. Il modello funziona se si creano relazioni tra i suoi protagonisti (le istituzioni culturali pubbliche e private) e tra questi e le infrastrutture locali. Il distretto nasce per generare ricadute positive sia sul servizio museale, sia sullo sviluppo urbano, economico e sociale del territorio di appartenenza¹. Questa divisione prende spunto da organizzazioni simili già in atto a livello internazionale in città come Vienna, Rotterdam o Amsterdam. Il nome del piano strategico attuato dal Comune di Milano è: “1 Città, 20 Musei, 4 Distretti”, e comporta l'individuazione, in base al criterio della prossimità geografica, quattro aree all'interno delle quali inserire i ventitré musei civici: Sempione, Duomo, Giardini, Ansaldo.

Secondo lo studio “*L'offerta museale della città di Milano*” realizzato da Fondazione Scuola Beni Attività Culturali, per il Comune di Milano², che già si basava sulla divisione in Poli

1 <https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/cultura/distretti-museali>, consultato il 13 marzo 2023

2 <https://www.fondazionescuolapatrimonio.it/wp-content/uploads/2021/04/Rap->

CAPITOLO 3 IL CONTESTO

Museali del Comune di Milano attuato nel 2016, si conclude dando degli ambiti di lavoro su cui i vari distretti e i musei devono lavorare per aumentare l'attrattività degli stessi, all'interno di una nuova organizzazione più complessa e che rimanga coerente con il museo, ma anche con il territorio. Il primo lavoro da attuare è quello di mettere il pubblico al centro, studiandolo a livello distrettuale, mettendo insieme i fondi dei vari musei, per intraprendere azioni che allarghino il pubblico con cui il museo parla. La seconda azione da intraprendere è quella della comunicazione, avendo studiato il pubblico, sarà possibile e più facile provare a parlarci, inoltre bisogna lavorare sempre di più sulla comunicazione in quanto non c'è nulla che rende i musei civici riconoscibili come insieme. Il terzo tema riguarda le mostre temporanee nei vari musei, al momento il calendario di mostre ed eventi dei musei milanesi è veramente ricco, la proposta è quella di fare uno studio maggiore e fare un pensiero sull'interlocuzione dei vari musei distrettuali o milanesi all'interno di essere. Questo non sarebbe solo un beneficio per la città, ma anche per i musei, che non dovendo fare tutto da soli posso dedicarsi anche ad altre attività. Un'importante attività che dovrebbe unire i distretti museali è quella del fundraising; unendo le proprie forze e facendosi protagonisti di iniziative, magari centrate sulla sostenibilità delle strutture museali si potrebbero trovare donatori imprenditoriali e privati che possono aiutare in tutti gli ambiti sopracitati, e soprattutto distribuendo le donazioni in modo che tutti i musei possano avere dei fondi da poter utilizzare per le azioni che ritiene più importanti. L'ultima ma non meno importante attività che i tutti i musei milanesi devono affrontare è quella della pianifica di un

3.1 I DISTRETTI MUSEALI DI MILANO

piano strategico per i propri obiettivi e progetti. Questo non è solo un mezzo per comunicare con l'esterno, per aumentare la trasparenza e l'accountability dell'istituzione, ma aiuta a focalizzare anche internamente l'attenzione sulle priorità e sulla tempistica delle attività del museo.

I quattro distretti che sono stati creati sono e comprendono i seguenti musei:

Distretto Piazza Duomo:

- Il Museo del 900
- Palazzo reale
- Palazzo Morando - Museo Costume Moda Immagine
- Palazzo Moriggia - Museo Risorgimento
- Lo Studio Messina.

Il Distretto Giardini:

- Il Museo di Storia Naturale
- Il Planetario
- La Galleria d'Arte Moderna
- Il PAC
- La Casa Museo Boschi Di Stefano.

Il Distretto Parco Sempione raccoglie:

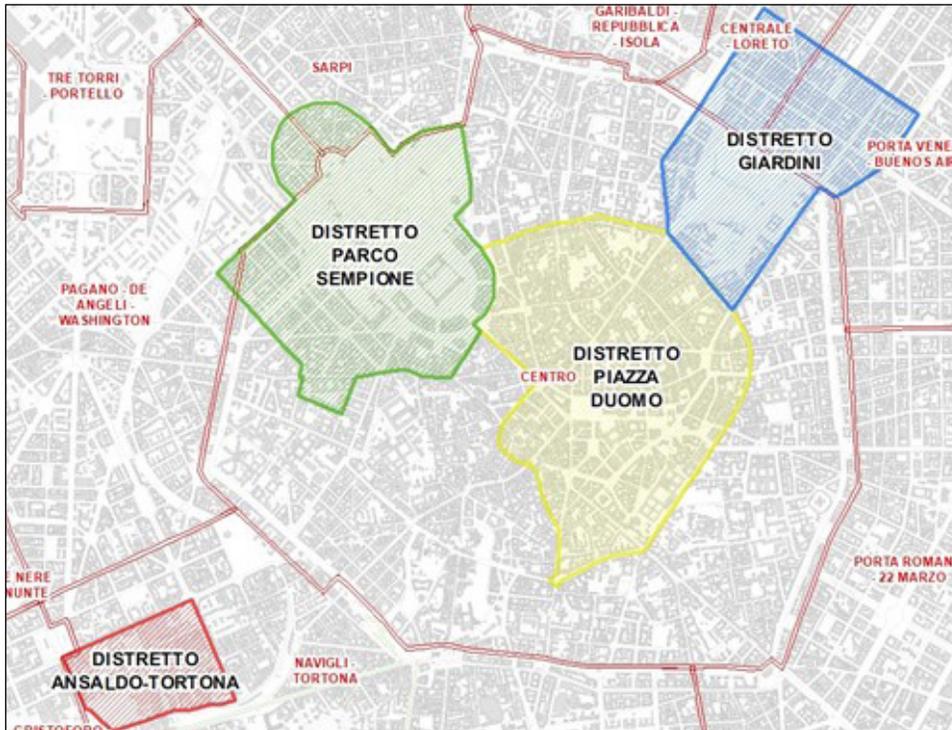
- Il Castello Sforzesco
- L'Acquario Civico
- Il Museo Archeologico.

Il Distretto Tortona raccoglie:

- Il Mudec.

L'obiettivo di questo nuovo piano è duplice: da un lato

CAPITOLO 3 IL CONTESTO



La mappa dei quattro distretti dei musei milanesi.

rendere più efficiente il sistema museale civico verso l'esterno grazie a un'offerta culturale cittadina integrata anche con gli istituti culturali non civici presenti nei distretti, dall'altro lato riorganizzare internamente le direzioni per garantire un migliore svolgimento dei processi interni e maggiore qualità dei servizi erogati. Inoltre la gestione integrata delle politiche culturali potrà connettersi in modo più efficace alle strategie di sviluppo urbanistico, economico e sociale dei rispettivi territori, diventando il motore di una crescita armonica per ciascun ambito territoriale³.

3 Milano, verso la creazione di quattro distretti museali urbani. Ecco il piano strategico, in Finestre sull'arte, <https://www.finestresullarte.info/attualita/milano-verso-creazione-quattro-distretti-museali-urbani>, 2021

3.1 I DISTRETTI MUSEALI DI MILANO

Già adesso dopo solo due anni, come veniva auspicato nella ricerca di fattibilità, esposta precedentemente, l'introduzione dei distretti ha portato a una maggiore specializzazione dei musei in base alle loro collezioni e alla loro storia, con l'obiettivo di offrire al pubblico una migliore esperienza di visita e di valorizzare in modo più efficace il patrimonio culturale della città. Inoltre, la divisione in distretti ha permesso ai musei di collaborare in modo più stretto, favorendo la realizzazione di progetti comuni e di attività culturali condivise. Ad esempio, grazie a questa riforma, è stato possibile organizzare mostre itineranti tra i diversi musei del sistema, creando così un circuito di visite e di eventi culturali che ha stimolato l'interesse del pubblico e la diffusione della cultura. Purtroppo manca ancora tutta la parte di comunicazione di questa nuova organizzazione museale.



La homepage del sito *Stoire Milanesi*, che ti permette di selezionare da quali personaggi farti accompagnare nel percorso, quali luoghi visitare, la mappa di Milano e il periodo storico.

3.2 IL PROGETTO STORIE MILANESI

Il progetto Storie Milanesi, nato nel 2014 e ideato dalla Fondazione Adolfo Pini con la curatela di Rosanna Pavoni, rappresenta un'iniziativa innovativa che utilizza la piattaforma digitale storiemilanesi.org per promuovere 17 case museo, atelier d'artista, studi di architetti e designer, con l'obiettivo di offrire un percorso urbano inedito ai viaggiatori¹. L'approccio sensibile del progetto permette ai visitatori di esplorare la città di Milano, i suoi quartieri e i suoi luoghi più simbolici attraverso gli occhi dei cittadini che hanno contribuito alla creazione del patrimonio culturale e artistico della città.

Il sito web è progettato per fornire una navigazione fluida e intuitiva, permettendo ai visitatori di scegliere la propria "Storia" partendo dal personaggio, dal luogo o dal periodo storico, e di seguire un percorso virtuale che include racconti e approfondimenti sulla storia e il ruolo culturale dei protagonisti, come collezionisti, scrittori, designer, architetti e artisti. I visitatori possono anche scegliere di esplorare Milano attraverso i quartieri e i periodi storici, dalla prima metà del XIX secolo ai giorni nostri.

Il progetto si presenta come uno spazio digitale innovativo e fruibile da diversi dispositivi, come computer, tablet e smartphone, che offre ai visitatori un'esperienza unica e coinvolgente. Attraverso segnavia originali e dettagliati, i visitatori sono guidati verso le residenze dei protagonisti delle

¹ <https://www.fondazionepini.it/storie-milanesi/#:~:text=Storie%20Milanesi%20%C3%A8%20un%20progetto,studi%20di%20architetti%20e%20designer.>, consultato il 16 marzo 2023

3.2 IL PROGETTO STORIE MILANESI

storie, in cui si possono apprezzare la storia e lo spirito della città. I racconti dedicati ai personaggi, narrati dal punto di vista di Milano come protagonista, sono letti da un'attrice e fruibili sia in italiano che in inglese. Storie Milanesi è un progetto innovativo che, come sottolinea la curatrice Rosanna Pavoni: “attraverso i luoghi dell'abitare accompagna il viaggiatore in un percorso urbano inedito per guardare alla città, ai suoi quartieri, ai suoi luoghi più simbolici attraverso lo sguardo sensibile di quei cittadini che hanno lasciato un patrimonio di cultura, di saperi, di bellezza”².

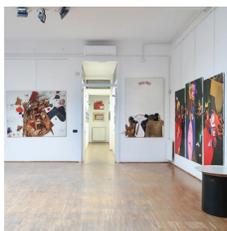
L'obiettivo principale di Storie Milanesi è quello di diventare un punto di riferimento per chi vive a Milano e per i visitatori della città, al fine di scoprire e conoscere le storie e le persone che hanno contribuito alla creazione del patrimonio culturale della città, che oggi è riconosciuta a livello internazionale. Tuttavia, pur essendo un progetto di grande valore culturale, non ha una comunicazione esterna adeguata, con una mancanza di presenza sui social media e di campagne pubblicitarie analogiche.

² https://www.casaportale.com/public/uploads/1_comunicato_2oStorie_2oMilanesi.pdf, 2014

CAPITOLO 3 IL CONTESTO



I diciassette luoghi che fanno parte del percorso Storie Milanesi, Da sinistra verso destra artendo dall'alto: Fondazione Vincenzo Agnetti, Fondazione Franco Albini, Archivio Gae Aulenti, Museo Bagatti Valsecchi, Fondazione Pini, Casa Museo Boschi Di Stefano, Fondazione Achille Castiglioni, Fondazione Alik Cavaliere, Fondazione Vico Magistretti, Casa Alessandro Manzoni, Studio Museo Francesco Messina, Villa Necchi Campiglio, Studio Mario Negri, Museo Poldi Pezzoli, Fondazione Lalla Romano, Spazio Emilio Tadini, Fondazione Corrente - Studio Treccani



3.3 IL CIRCUITO DELLE CASE MUSEO MILANESI, UN CONFRONTO

Il Museo Bagatti Valsecchi, Casa Boschi di Stefano, Villa Necchi Campiglio e il Museo Poldi Pezzoli dal 2 ottobre 2008 sono riuniti nel *Circuito delle Case Museo Milanesi*. Il circuito nasce con l'intento di far conoscere e promuovere il patrimonio culturale e artistico milanese, nel corso di quasi due secoli di storia, attraverso alcuni dei suoi protagonisti. Le quattro case museo, tutte situate nel centro di Milano, sono accomunate dalla generosità dei loro fondatori, che hanno messo a disposizione della collettività le loro abitazioni e le loro collezioni d'arte, e sono oggi luoghi di grande fascino.

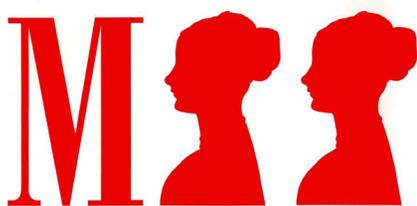
La nascita di questo circuito nasce con un impulso veramente forte, tant'è che viene creata una nuova e forte immagine coordinata per permettere una comunicazione migliore possibili. Viene chiesto alla società Heads di svilupparla partendo dall'elemento di una chiave stilizzata per esprimere la dimensione privata delle collezioni e il privilegio offerto al visitatore nell'accedervi¹. Avendo questa possibilità, vengono subito creati un sito, una pagina Facebook e una Instagram per comunicare con il pubblico.

¹ <https://www.heads.it/it/portfolio/case-museo-milano-identity.html>, consultato il 13 marzo 2023

3.3 IL CIRCUITO DELLE CASE MUSEO MILANESI, UN CONFRONTO

degli investimenti pubblici non dispone dei mezzi necessari per eguagliare le altre realtà culturali che fanno parte del suo stesso circuito. Le diversità sono evidenti: dall'assenza di un'identità visiva viene contrapposto il marchio del Poldi Pezzoli, disegnato da Italo Lupi nel 1981 ancora oggi attualissimo. Una ulteriore criticità di cui soffre Boschi di Stefano rispetto le altre case museo è l'assenza di riferimenti visivi su come gli ambienti apparivano quando l'appartamento era abitato dai coniugi Boschi. Le immagini storiche mostrano arredi completamente diversi, ogni pavimento era ricoperto da tappeti e le opere erano posizionate in maniera diversa. Si percepisce da quelle foto come l'arte era davvero presente nella vita quotidiana della casa, da far capolino dietro le poltrone dei salotti all'essere appese sopra i letti. Nonostante ricreare questa atmosfera è una sfida troppo complessa organizzativamente, sarebbe doveroso trasmettere ai visitatori l'idea visiva di com'era l'appartamento in origine e mostrare le fotografie d'epoca nelle sale sarebbe un semplice

Il logo del Museo poldi Pezzoli disegnato da Italo Lupi.



Museo | *Poldi* | *Pezzoli*
Milano

metodo per aumentare l'immersione dei visitatori nel contesto d'appartenenza originario e mostrare le opere con l'occhio e la mentalità del collezionista².

Inoltre, la digitalizzazione

² L. Garizio, L'approccio empatico nel futuro dei musei, Tesi di laurea presso il politecnico di Milano, 2016

CAPITOLO 3 IL CONTESTO

delle collezioni è ormai un'operazione essenziale per ogni istituzione culturale. La reputazione on line dipende anche dalla qualità delle immagini caricate e dalle informazioni connesse. In questo contesto, dimostra un'esemplare efficienza il Poldi Pezzoli, che mette a disposizione online anche l'audio guida relativa ad ogni singola opera dell'archivio digitale messo a disposizione sul proprio sito. Un ottimo lavoro è anche stato fatto da Bagatti Valsecchi con un catalogo online ben strutturato e organizzato in categorie chiare e semplici da navigare. Boschi di Stefano mette a disposizione una *gallery* di immagini delle varie opere esposte, ma nessuna descrizione o catalogo, se non un pdf delle carte da sala. Villa Necchi Campiglio non dispone di un catalogo online della collezione, in quanto non ha nemmeno un sito proprio, ma ha una pagina sul sito del FAI.

Tre delle Case Museo del circuito sono visitabili virtualmente, infatti, casa Boschi Di Stefano, Bagatti Valsecchi e Poldi Pezzoli fanno parte del progetto Google Art Project³. Villa Necchi sul suo sito internet metteva a disposizione la visita virtuale con un'interfaccia obsoleta che però non è più accessibile. L'obiettivo dovrebbe essere di portare allo stesso livello le visite virtuali delle quattro case museo e, registrandole sulla piattaforma di Google, creare un'identità virtuale che le identifichi come parte dello stesso circuito.

Per aumentare il pubblico giovane che visita il circuito, nel 2017, grazie ad un finanziamento della Fondazione Cariplo, è stato creato un Chatbot Game, in cui, interagendo tramite l'app Facebook Messenger, con un utente inventato, si poteva giocare e esplorare/visitare le quattro case e i percorsi che ci sono tra

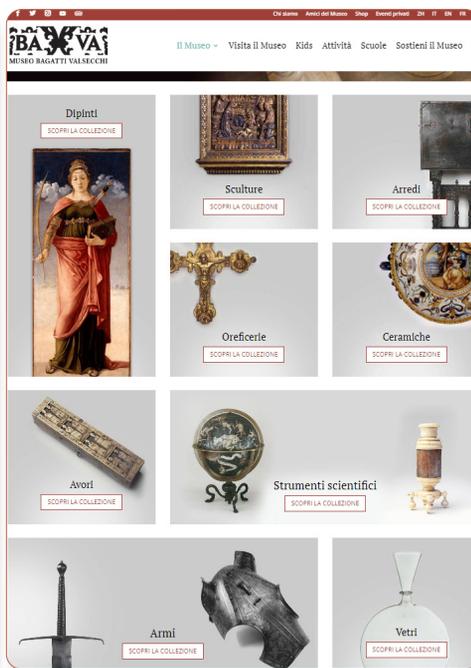
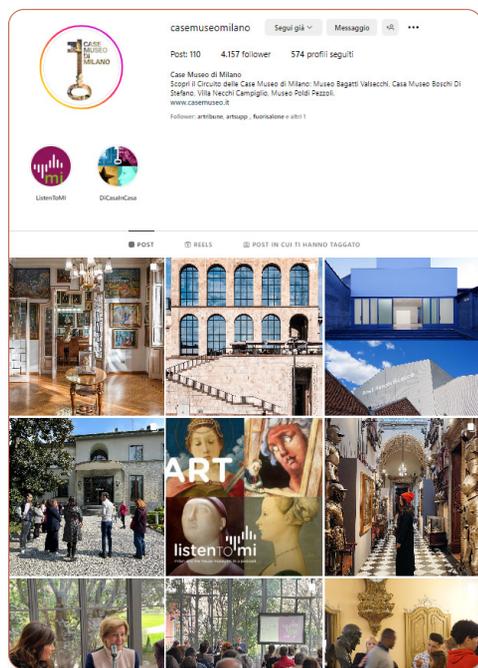
3 <https://artsandculture.google.com/streetview/>

3.3 IL CIRCUITO DELLE CASE MUSEO MILANESI, UN CONFRONTO

esse. Questa attività rientrava dentro ad uno scopo didattico ed è stata seguita la realizzazione da *InvisibleStudio*⁴. Purtroppo ad oggi il link del chatbot, che è recuperabile solo dopo aver acquistato la tessera del circuito, non porta ad una chat attiva e sembra sia in disuso, cosa che non viene detta sul sito.

Negli ultimi mesi però questo circuito è entrato in grande attività. Dopo aver ripreso l'utilizzo dei social, in particolare Facebook e Instagram, che da fine novembre 2022 hanno registrato un nuovo inizio di pubblicazione progettata, dopo quasi cinque anni di quasi completa inattività, il circuito ha pubblicato due nuovi podcast che andranno a raccontare a turisti e cittadini la storia, la bellezza e il patrimonio delle Case Museo di Milano,

4 <https://www.invisiblestudio.net/museum-chatbot-game>, consultato il 18 marzo 2023



A sinistra, il profilo Instagram del Circuitodelle Case Museo. A destra, il catalogo online del Museo Bagatti Valsecchi.

CAPITOLO 3 IL CONTESTO

ma anche il centro città e la sua vivissima eredità culturale. Con il sostegno di Fondazione Cariplo e la collaborazione del Comune, i podcast guideranno gli ascoltatori in un percorso attraverso il Museo Bagatti Valsecchi, la Casa Museo Boschi Di Stefano, Villa Necchi Campiglio e il Museo Poldi Pezzoli: da un lato il progetto *ListenToMI*, è un vero e proprio tour in italiano e in inglese che conduce milanesi e turisti lungo una serie di percorsi culturali realizzati ad hoc; dall'altro l'iniziativa *AscoltaMi*, un audiotour didattico in sei tappe costruito da Aedo e dedicato ai cittadini non madrelingua italiani residenti in città⁵. Questa iniziativa, riesce a far vedere al pubblico l'unità di queste istituzioni oltre che farsi spazio in un mondo, quello dei podcast, in continua crescita e sempre più seguito dai giovani.

5 <https://www.tribune.com/progettazione/new-media/2023/03/listen-to-me-a-scoltami-podcast-case-museo-milano-poldi-pezzoli-bagatti-valsecchi-villa-necchi-campiglio-boschi-di-stefano/>, consultato il 10 marzo 2023

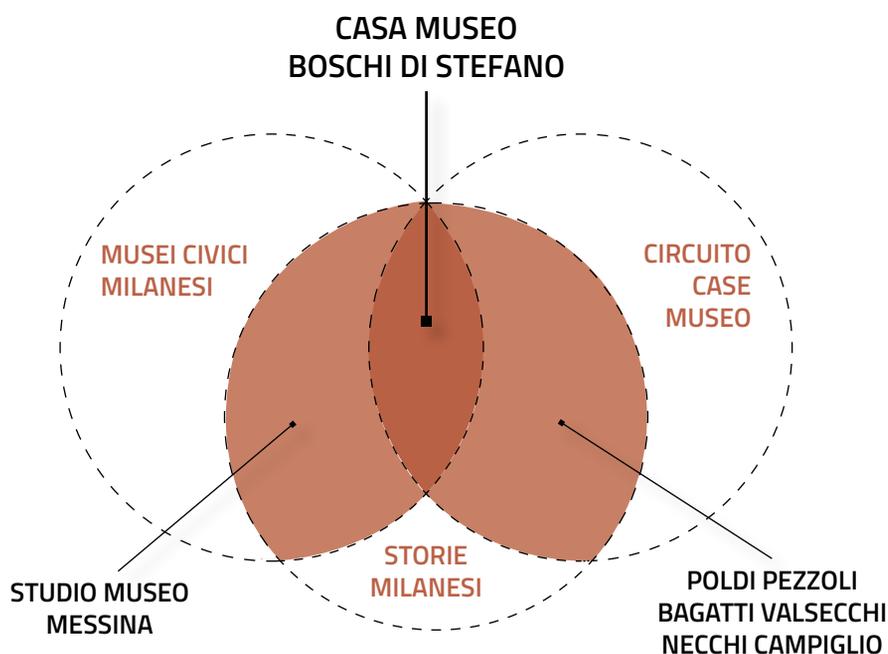
Le quattro case museo.

In alto, a destra, Museo Bagatti Valsecchi, a sinistra, Casa Museo Boschi Di Stefano.
In basso, a sinistra, Villa Necchi Campiglio, a destra, Museo Poldi Pezzoli.



3.4 LA CASA MUSEO BOSCHI DI STEFANO

La Casa Museo Boschi Di Stefano nasce dalla generosità di Antonio Boschi e Marieda Di Stefano che nel 1973 donarono la loro collezione di arte contemporanea alla città di Milano, con la clausola che il comune aprisse un museo nell'appartamento di famiglia nella palazzina di via Jan 15 progettata dall'architetto Portaluppi. Dal 5 febbraio 2003 la casa museo è aperta al pubblico ed espone nei locali abitati in vita dai coniugi Antonio Boschi e Marieda Di Stefano una selezione di circa trecento delle oltre duemila opere della loro collezione. Di queste, una parte sono esposte nel Museo del Novecento, aperto nel 2010. L'appartamento è suddiviso in undici stanze, spazi espositivi in cui le opere sono state distribuite adottando un criterio di successione cronologica e di selezione qualitativa curato da Maria Teresa Fiorio ex Direttore delle Civiche Raccolte d'Arte





La palazzina progettata da Portaluppi, foto concessa dall'Archivio Portaluppi.

di Milano, con arredi scelti per la loro consonanza storica, come la sala da pranzo ideata da Mario Sironi nel 1936. Oltre ai volontari del comune di Milano, l'apertura gratuita di questo sito è resa possibile grazie alla presenza dei Volontari lombardi del Touring Club Italiano¹.

L'edificio in cui si trova l'appartamento sorge su un lotto d'angolo a ridosso di corso Buenos Aires, compreso tra via Ulisse Aldrovandi e via Giorgio Jan. L'intervento è il risultato di due distinte operazioni immobiliari riconducibili alla medesima regia. La parte in via Aldrovandi, di proprietà della Società Anonima Immobiliare Aldrovandi, era amministrata dall'ingegnere Gino Radici, mentre quella di via Jan, della Società anonima Immobiliare Picena, era controllata dal costruttore Francesco di Stefano. Entrambe le parti vengono realizzate dall'impresa Radici-Di Stefano sotto la "direzione

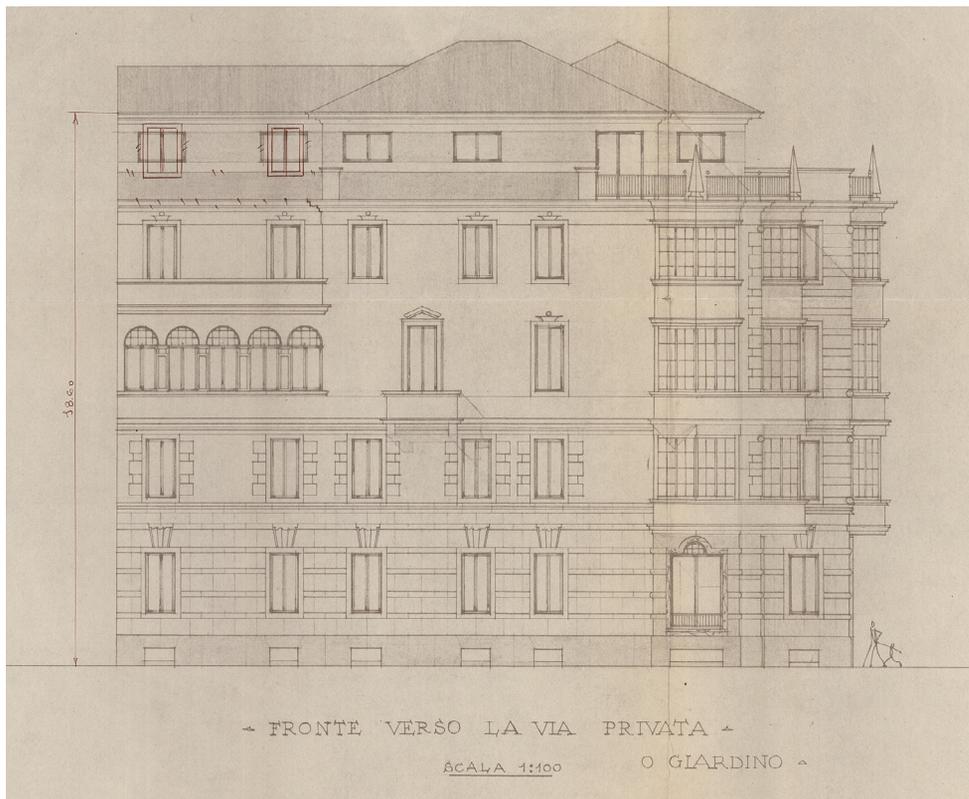
¹ M.T. Fiorio, Casa-Museo Boschi Di Stefano, Skira, Milano, 2003

Vista completa
dell'edificio.

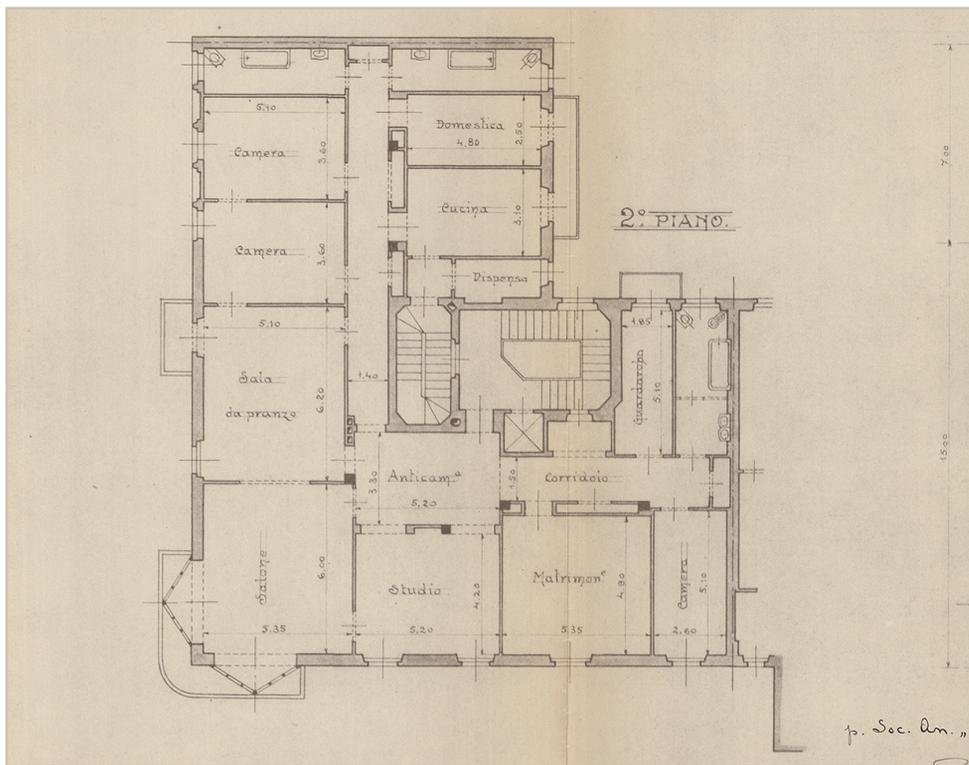


artistica” di Portaluppi, com’era avvenuto un anno prima nella realizzazione, dell’omonima casa d’appartamenti in viale Abruzzi 21. Elemento qualificante dell’intervento è la composizione dei prospetti esterni, tripartiti, caratterizzati dall’alternanza cromatica di intonaci colorati, cementi e pietre da costruzione e da un apparato decorativo sobrio, sebbene chiaramente riconducibile alla mano dell’architetto, costituito per lo più da fasce marcapiano, cornici e lesene angolari. La soluzione ricorrente nei tre angoli dell’edificio può essere considerata l’elemento più interessante dell’intervento e ripercuote la sua particolarità anche all’interno. Il volume trasparente definito dai grandi infissi è innestato diagonalmente sugli angoli dell’edificio facendone scorgere comunque lo spigolo in muratura enfatizzato dalla decorazione a rilievo e dalla spezzata del cornicione. Tale soluzione caratterizza internamente le stanze d’angolo con un doppio bow-window. In questo modo esse assumono una ricercata connotazione spaziale in contrasto con il taglio regolare degli alloggi (la cui distribuzione è probabilmente demandata

Il prospetto della
facciata che dava
sulla via privata,
concesso dal
Comune di Milano.



La pianta del
secondo piano
dell'edificio.



3.4 LA CASA MUSEO BOSCHI DI STEFANO

ai costruttori), disposti a L attorno ai vani scala. L'intervento dell'architetto è apprezzabile anche nei dettagli decorativi degli interni, contraddistinti dai consueti motivi geometrici: le balaustre in ferro battuto delle scale, le decorazioni a stucco di soffitti e pareti, i pavimenti a mosaico negli spazi comuni e negli appartamenti, come si può vedere in quello di Antonio Boschi e Marieda Di Stefano, che oggi ospita la fondazione Boschi-Di Stefano e la casa museo².

Al secondo piano dell'edificio si trova il vecchio appartamento dei due coniugi, oggi adibito a museo. Essi "accolgono" i visitatori nei ritratti che si trovano all'ingresso, arredato con i mobili originali, dove sono rappresentati assieme o da soli. Sulla

² L. Molinari, Piero Portaluppi. *Linea errante nell'architettura del Novecento*, Skira, Milano, 2004

Foto di Gabriele
Basilico
dell'appartamento
mentre era abitato
(1982). Sala 5.



CAPITOLO 3 IL CONTESTO



Foto di Gabriele Basilico dell'appartamento mentre era abitato (1982).
In ordine da destra a sinistra dalla riga in alto: Sala 9, Sala 9 verso opposto, Sala 7, Sala 6, Sala 2, Sala 7.





Foto di Gabriele
Basilico
dell'appartamento
mentre era abitato
(1982).
A destra, Sala 1.
A sinistra, Sala 7.

sinistra si trova un'anticamera con quadri di artisti precedenti al Novecento, sulla sinistra si trova la sala da bagno completamente decorata in cui sono esposti i quadri di Rumney, mentre sulla destra c'è la stanza del Novecento italiano, che precedentemente era la camera degli ospiti. Procedendo dritto, c'è quello che era lo studiolo, adesso stanza dedicata a Mario Sironi, con solo sue opere e qualche scultura. La stanza successiva è quella dedicata a Corrente, Morandi e de Pisis, ma dove è esposto anche il giunto Boschi, brevetto dell'ingegnere che gli fece fare fortuna. Di seguito si trova il soggiorno, che accoglie un grande piano a coda, utilizzato quando venivano invitati gli ospiti e al cui interno sono esposti i quadri della scuola di Parigi. Nel corridoio che unisce le altre stanze sono esposte tutte le opere dei chiaristi. Le tre stanze che danno sul corridoio sono lo studio di Antonio Boschi dedicato interamente a Lucio Fontana, lo studio di Mariada Di Stefano dove sono esposte opere dei nucleari e degli spazialisti e infine la camera da letto, dedicata alla pittura informale e a Manzoni³.

La casa-museo è visitabile gratuitamente tutti i giorni tranne

3 M. Fratelli, Casa museo Boschi Di Stefano, Skira, 2020

CAPITOLO 3 IL CONTESTO

il lunedì. Ha un ingresso calmierato in quanto non è possibile entrare in più di 18 persone alla volta nell'appartamento, e infatti la visita per gruppi deve essere prenotata. Il problema dell'accessibilità è rilevante in quanto una casa storica, è stato aggiunto successivamente un ascensore angusto e senza accessibilità disabili, raggiungibile solo dopo aver percorso cinque scalini, per cui viene messa a disposizione una carrozzina di dimensioni ridotte, ma questo evidentemente non può andare bene per tutti. Come precedentemente detto, all'interno della casa si trovano sempre volontari comunali o del Touring Club Italiano, che però non possono effettuare delle visite guidate, il loro compito è quello di curare la casa e accogliere i visitatori. Ad accompagnare la visita ci sono delle carte da sala, che numerano i quadri e danno come unica indicazione il nome del quadro e l'autore, in quanto per non allontanarsi troppo dall'idea di casa abitata, si è deciso di non inserire i cartellini con le spiegazioni

Esempio di scheda di sala scaricabili tramite QR Code o da richiedere stampate e plastificate.

Sala 5 | Mario Sironi | *studio*

Parete A



Parete B



- 1 Mario Sironi *Natura morta dalle squadre*, 1923-1924
- 2 Mario Sironi *Pescatori*, 1931 circa
- 3 Mario Sironi *Donna con tempo*, 1934 circa
- 4 Mario Sironi *Contadino*, 1936 circa
- 5 Mario Sironi *Il sogno*, 1931 circa
- 6 Mario Sironi *Figura femminile*, 1929 circa
- 7 Mario Sironi *La cuccia*, 1928
- 8 Mario Sironi *Composizione*, 1930 circa
- 9 Mario Sironi *Apparizione*, 1930 circa
- 10 Mario Sironi *Manichino*, 1917-1918
- 11 Mario Sironi *Mondo arcadico*, 1943-1946 circa
- 12 Mario Sironi *Venere dei prati*, 1919
- 13 Mario Sironi *La fata della montagna*, 1929
- 14 Mario Sironi *Paesaggio alpino*, 1930 circa
- 15 Mario Sironi *L'uomo e la montagna*, 1930 circa
- 16 Mario Sironi *Paese*, 1924-1925
- 17 Mario Sironi *Castello*, 1929-1930

Casa-Museo Boschi Di Stefano

FONDAZIONE BOSCHI DI STEFANO

Milano
Comune di Milano
Cultura

3.4 LA CASA MUSEO BOSCHI DI STEFANO

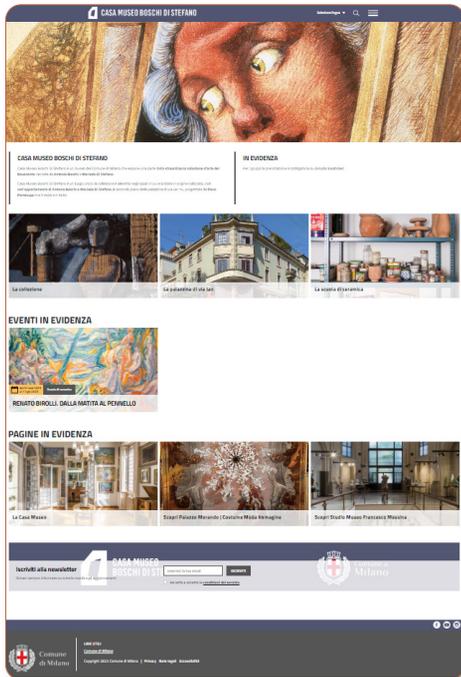
dei quadri, riprendendo l'idea di quadreria molto affollata, tipica dell'appartamento quando i due coniugi erano in vita. Queste carte da sala sono disponibili tramite la scansione di un QR Code all'ingresso dell'appartamento oppure vanno richieste le stampe. Fino alla fine del 2022 le stampe plastificate erano appoggiate su sedie moderne, che risultano fuori contesto e stonano con gli arredi d'epoca, pur essendo disegnate da Magistretti per De Padova, che sono rimaste all'interno anche se hanno perso la loro funzione originaria.

Le maggiori criticità per la casa-museo Boschi Di Stefano riguardano però la presenza su Internet. Infatti cercando sui motori di ricerca: *casa museo Boschi Di Stefano* escono nei primi due risultati di ricerca, il sito del museo associato a quello del Comune di Milano⁴ e quello della Fondazione Casa Museo Boschi Di Stefano⁵, questi due siti continuano ad alternarsi nella prima posizione di risultato, per tutto il 2022 e inizio del 2023 il primo risultato è stato il sito della fondazione, ora è il sito del museo, e questo comporta che tanta gente confonde i due siti in quanto la comunicazione è biunivoca. I topica affrontati dai due sono gli stessi, ma con due tagli diversi e utilizzando due diverse immagini coordinate, per raccontare dello stesso luogo. Tutti e due i siti hanno dei grandi problemi, il sito del museo ha degli enormi problemi con il caricamento delle immagini, che pesano troppo, probabilmente sono di una dimensione troppo elevata per essere inseriti all'interno del sito, e questo comporta tempi di attesa lunghi e *glitch* mentre si cerca di continuare la lettura o la ricerca sul sito. Inoltre non è chiara la struttura del

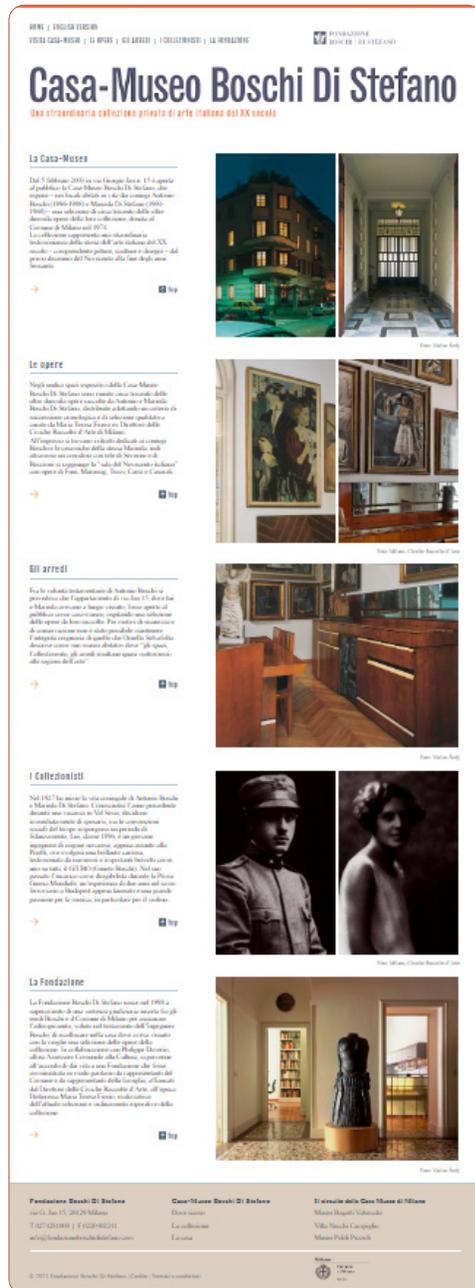
4 <https://www.casamuseoboschidistefano.it/web/casa-museo-boschi-di-stefano>, consultato il 21 marzo 2023

5 <https://www.fondazioneboschidistefano.it/>, consultato il 21 marzo 2023

CAPITOLO 3 IL CONTESTO



sito, dalla homepage sembra sia suddiviso in tre sezioni, ma aprendo poi il menù a tendina in alto a destra, si scopre che queste fanno tutte parte di un'unica sezione chiamata *Casa Museo Boschi Di Stefano* al cui interno vengono date informazioni rispetto ai coniugi, alla collezione, alla scuola di ceramica e alla palazzina. Le altre due sezioni: *Organizza la tua visita* e *Calendario e eventi*, sono delle semplici



Le due homage dei siti. A sinistra, il sito della casa museo del Comune di Milano. A destra, il sito della fondazione Boschi di Stefano.

3.4 LA CASA MUSEO BOSCHI DI STEFANO

pagine in cui nella prima ci sono le semplici informazioni generali quali luogo, orari come raggiungere il museo ecc., la seconda invece è dedicata al calendario mensile degli eventi. In realtà l'architettura del sito è più strutturata di quel che sembri, molte pagine interessanti sono raggiungibili tramite link nei testi di altre pagine, mentre altre sono più facili da trovare ma non hanno nessuna informazione o sono bianche. I tanti rimandi a siti esterni, o attività esterne entrano poco con l'attività museale, mentre manca quasi totalmente un archivio delle continue mostre temporanee che vengono realizzate nella scuola di ceramica al piano terreno della palazzina, che rientra sempre nella proprietà del museo. Molto utile nel sito sono invece i continui rimandi al tour virtuale realizzato con Google Arts & Culture⁶ che ti permette di vedere l'appartamento con la modalità Street View, inoltre nella sezione in cui viene velocemente illustrata la collezione, vengono dati i link ai vari percorsi che sempre Google Arts & Culture ha realizzato per i vari artisti che sono esposti nella casa museo. Inoltre è possibile scaricare tramite Google Drive le varie carte di sala per vedere dove sono posizionati i quadri nelle varie stanze senza dover chiedere le stampe, quest' implementazione è stata attuata dopo la pandemia di Covid-19. Il sito della fondazione Boschi Di Stefano è molto basilare, senza nessun tipo di animazione e con una grafica veramente semplice. La home è divisa in cinque sezioni: visita casa-museo, le opere, gli arredi, i collezionisti, la fondazione; e da qui si aprono queste cinque nuove pagine. Il sito non ha ulteriori sottosezioni o ulteriori pagine, e le cinque pagine precedentemente citate hanno delle brevi descrizioni dell'argomento di cui parlano, inoltre, è realizzato con delle

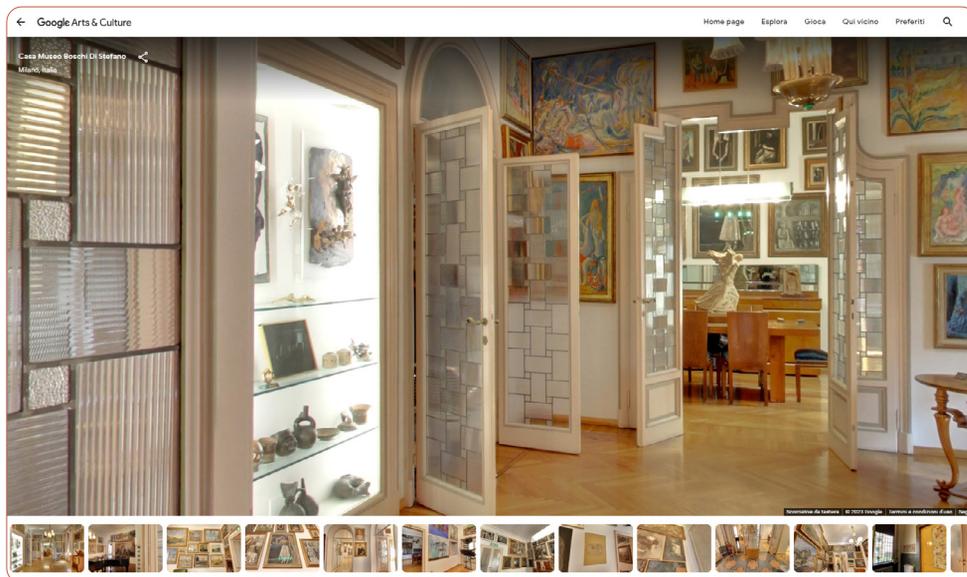
6 <https://artsandculture.google.com/partner/boschi-di-stefano-museum-home>, consultato il 21 marzo 2023

CAPITOLO 3 IL CONTESTO

immagini di bassissima qualità. Nessuno dei due siti ha un rimando all'altro.

L'altro modo di comunicarsi all'esterno che usa la Casa Museo Boschi Di Stefano è attraverso i social, in particolare ha tre account ufficiali, uno su Facebook, uno su Instagram e

Google Street Culture
all'interno della Casa
Museo Boschi Di
Stefano.



un su YouTube. La pagina Facebook⁷ è ben curata, si potrebbe migliorare la dimensione dell'immagine di copertina, che è una foto del quadro dell'*Annunciazione* che dà poi forma al logo dell'istituzione. Inoltre, tutte le informazioni sono aggiornate e si aggiornano in tempo reale. I post sono pubblicati con continuità, più o meno tre a settimana e raccontano tutto quello che succede nella casa o nel suo intorno. In particolare da settembre 2022 è iniziata una rubrica, facilmente rintracciabile dall'hashtag che

7 <https://www.facebook.com/CasaBoschiDiStefano>, consultato il 21 marzo 2023

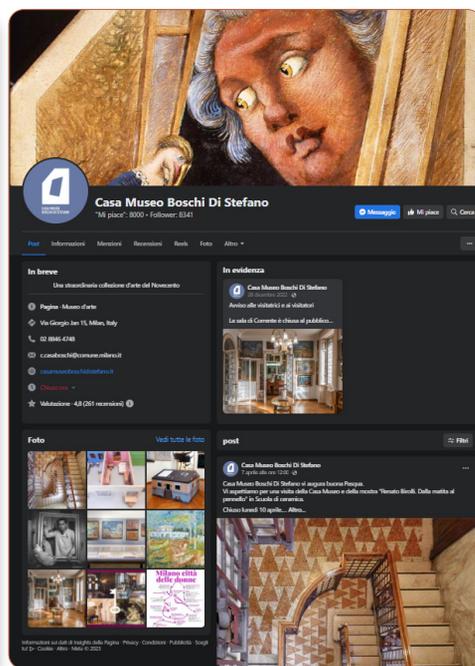
3.4 LA CASA MUSEO BOSCHI DI STEFANO

le dà anche il nome, #allascopertadicasamuseoboschidistefano che raccontano sia in generale, per esempio della villetta o delle stanze, che nel particolare, raccontando dei singoli quadri o delle sculture, tutto quello che è la casa-museo in questo momento. Sicuramente questi post dovrebbero essere fatti sempre di più in maniera accattivante siccome i follower della pagina sono poco più di 8000. La pagina Instagram⁸ riflette in tutto e per tutto lo stile della comunicazione che viene effettuata su Facebook senza nessuna differenziazione. Le uniche diversità che possiamo trovare sono il numero di followers, che sono solamente 6.500 circa, di meno in quanto è stata creata molto più recentemente. L'aumento di followers è più veloce, da quando, in collaborazione con le altre case del circuito milanese, sono stati fatti uscire i due podcast, come si

8 <https://www.instagram.com/casaboschidistefano/>, consultato il 21 marzo 2023

A sinistra, l'account Instagram della casa museo.

A destra, la pagina Facebook della casa museo.



CAPITOLO 3 IL CONTESTO

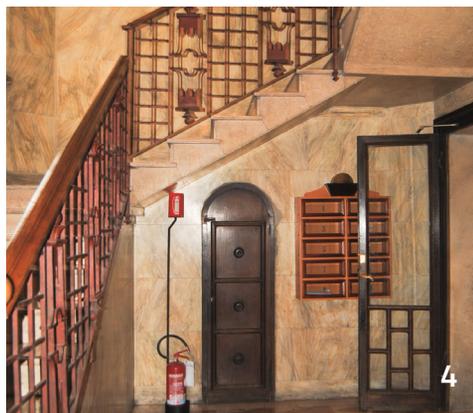
può vedere analizzandola sul sito di Not Just Analytics⁹. Per quanto riguarda l'account YouTube¹⁰, è completamente lasciato a se stesso, pur essendoci il link diretto dal sito, questo non è mantenuto o utilizzato, e in questa maniera potrebbe creare una brutta immagine all'istituzione, anche se i pochi video che sono stati caricati hanno per la maggior parte un'ottima qualità e capacità comunicativa.

Secondo gli ultimi dati forniti dal Comune di Milano, mediamente visitano la casa museo quaranta persone durante i giorni feriali, mentre nei festivi anche centocinquanta visitatori varcano l'ingresso dell'appartamento. Pur essendo sempre gratis, durante la prima domenica del mese, in cui tutti i musei sono visitabili gratuitamente, ci sono picchi di affluenza di trecentocinquanta visitatori alla giornata, che devono magari fare la fila fuori dalla palazzina. Per quanto riguarda la durata media di una visita, è di circa una quarantina di minuti, con differenze tra le provenienze degli appassionati. Mediamente il tempo di visita degli italiani è più lungo di quello dei visitatori stranieri, in particolare gli anglosassoni, passano minor tempo nelle stanze. Questo dato però è leggermente falsato in quanto, nelle ultime due stanze sono a disposizione due divani su cui sedersi e guardare le opere, che vengono utilizzati da alcune persone che abitualmente visitano la casa museo.

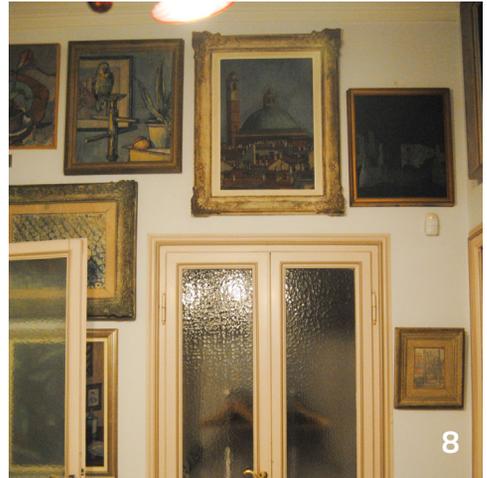
9 <https://business.notjustanalytics.com/plus/casaboschidistefano>, consultato il 20 marzo 2023

10 <https://www.youtube.com/channel/UCPz7evJlL2dn-69nkjEcFhg>, consultato il 21 marzo 2023

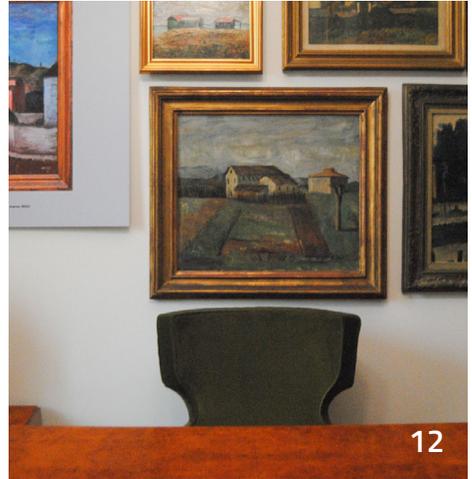
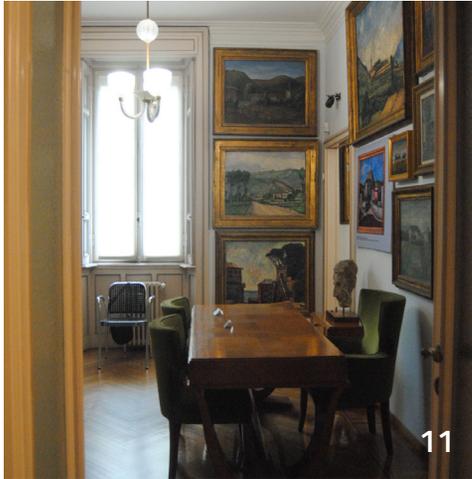
3.5 REPORT FOTOGRAFICO. L'APPARTAMENTO OGGI



CAPITOLO 3 IL CONTESTO



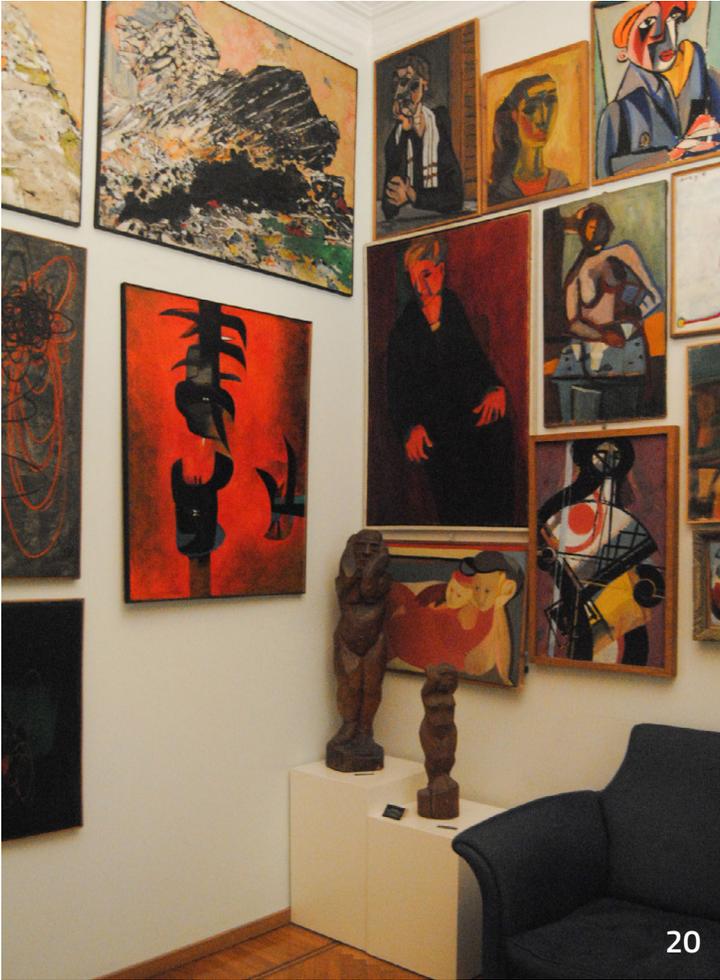
3.5 REPORT FOTOGRAFICO. L'APPARTAMENTO OGGI



CAPITOLO 3 IL CONTESTO



3.5 REPORT FOTOGRAFICO. L'APPARTAMENTO OGGI



ICONOGRAFIA CAPITOLO 3

Pagina 99:

Case Museo di Milano,
<https://www.wheremilan.com/>

Pagina 103:

Mappa distretti di Milano
<https://www.fondazione scuolapatrimonio.it>

Pagina 104:

Homepage storie Milanesi
<https://www.storiemilanesi.org>

Pagina 107:

Fondazione Vincenzo Agnetti
<http://www.arte.it>

Fondazione Franco Albini
<https://www.fondazionefrancoalbini.com>

Archivio Gae Aulenti
<https://www.storiemilanesi.org>

Museo Bagatti Valsecchi
<https://museobagattivalsecchi.org>

Fondazione Pini
<https://www.fondazionepini.it/>

Casa Museo Boschi Di Stefano, Foto di
Federica Annoni

Fondazione Achille Castiglioni
<https://www.makingofflight.it>

Fondazione Alik Cavaliere
<http://www.alikcavaliere.it>

Fondazione Vico Magistretti
<https://www.vicomagistretti.it>

Casa Alessandro Manzoni
<https://it.wikipedia.org>

Studio Museo Francesco Messina <https://www.touringclub.it>

Villa Necchi Campiglio
<https://www.milanoguida.com>

Studio Mario Negri
<https://www.storiemilanesi.org>

Museo Poldi Pezzoli
<https://www.midaticket.it>

Fondazione Lalla Romano
<http://www.lallaromano.it>

Spazio Emili Tadini
<https://spaziotadini.com/>

Fondazione Correte – Studio Treccani
<https://www.fondazionecorrente.org>

Pagina 109:

l'immagine coordinata sviluppa da Heads
<https://www.heads.it>

Pagina 110:

Logo Poldi Pezzoli
<https://www.facebook.com/PoldiPezzoli>

Pagina 112:

Instagram circuito case Museo
<https://www.instagram.com/casemuseomilano/>

Collezione online Museo Bagatti Valsecchi
<https://museobagattivalsecchi.org>

Pagina 113:

Le quattro Case Museo di Milano
<https://casemuseo.it/>

ICONOGRAFIA

Pagina 115:

La palazzina realizzata da Portaluppi, Immagine concessa dall'archivio Portaluppi

Pagina 116:

Palazzina Boschi Di Stefano foto storica <https://www.casamuseoboschidistefano.it>

Pagina 117:

Tecnico facciata via privata, Concessa dal Comune di Milano

Pianta appartamento secondo Piano, concesso dal comune di Milano

Pagina 118:

La casa abitata, foto di Gabriele Basilico della sala 5, concessa dal Comune di Milano

Pagina 119:

La casa Abitata, foto di Gabriele Basilico delle sale 2, 3, 6, 7, 9, concesse dal Comune di Milano

Pagina 120:

la casa Abitata, foto di Gabriele Basilico delle sale 1 e 6, Concesse dal Comune di Milano

Pagina 121:

Esempio schede di Sala <https://www.casamuseoboschidistefano.it/>

Pagina 123:

Il sito della Casa Museo Boschi Di Stefano <https://www.casamuseoboschidistefano.it/>

Il sito della Fondazione Casa Museo Boschi Di Stefano, <https://www.fondazioneboschidistefano.it/>

Pagina 125:

Google Street Culture presso la casa Museo Boschi Di Stefano, <https://artsandculture.google.com>

Pagina 126:

Profilo Instagram della Casa Museo Boschi Di Stefano, <https://www.instagram.com/casaboschidistefano/>

Pagina Facebook della Casa Museo Boschi Di Stefano

<https://www.facebook.com/CasaBoschiDiStefano/>

Pagina 128:

Foto della Casa Museo Boschi Di Stefano realizzate da Federica Annoni,

1. L'ingresso della casa da via Jan 15
2. La poltrona Proust di Alessandro Mendini in marmo.
3. L'atrio delle scale al piano rialzato
4. Il pianoforte al primo piano e la particolarità dell'angolo curvato delle scale.

CAPITOLO 3 IL CONTESTO

Pagina 129:

Foto della Casa Museo Boschi Di Stefano realizzate da Federica Annoni,

5. La console originale che accoglie i visitatori all'ingresso dell'appartamento.

6. Particolare della composizione delle porte dell'appartamento.

7. L'opera di Marieda Boschi "la collana" con i piatti metallizzati.

8. La sala 2, dedicata a prima del 900

9. Il bagno con arredi originali.

10. Particolare del lavandino originale dell'appartamento.

Pagina 130:

Foto della Casa Museo Boschi Di Stefano realizzate da Federica Annoni,

11. La sala 4, Il Novecento Italiano.

12. Particolare della sala 4, nel dettaglio vediamo come un quadro utilizzato in una mostra è stato sostituito con una stampa su poliplat.

13. Gli arredi di Sironi nella sala a lui dedicata.

14. La porta che divide le sale, con dei particolari merletti.

15. La sala 6, in particolare si può osservare il grammofono e la radio originali.

Pagina 131:

Foto della Casa Museo Boschi Di Stefano realizzate da Federica Annoni,

16. La sala 7, con il pianoforte a coda e l'opera "la lotta dei gladiatori".

17. Le poltrone originali, rifoderate coi disegni di Alessando Mendini.

18. La sala dedicata a Fontana.

19. La scultura nella sala degli spazialisti.

Pagina 132:

Foto della Casa Museo Boschi Di Stefano realizzate da Federica Annoni,

20. La sala dei Nucleari e Spazialisti con il divano blu dove i visitatori si possono sedere.

21. La sala di Manzoni con gli arredi di Montessori.

22. Il corridoio dei Chiaristi.

23. Il lampadario progettato da Alessandro Mendini.

24. Il lampadario nella sala degli Spazialisti.



CAPITOLO 4

IL PROGETTO

4.1 La richiesta

4.2 Un nuovo modo di fruire il museo

4.3 I booklet

4.4 La web app

4.1 LA RICHIESTA

Come è già stato spiegato nell'introduzione, la richiesta per la progettazione di questo artefatto è stata fatta dalla dottoressa Chiara Fabi, che all'interno del corso didattico "Arte contemporanea e spazi" tenuto dalla professoressa Anna Mazzanti, ha esplicitato il bisogno della casa-museo Boschi Di Stefano, di superare l'utilizzo delle carte da sala, che sono utilizzate ora per riconoscere le opere nelle quadrerie delle diverse stanze, con un nuovo supporto esplicativo. Le carte da sala fino alla fine del 2022 erano stampate, plastificate e appoggiate sulle sedie delle varie stanze, mentre da gennaio 2023 ad oggi¹, è possibile inquadrare un QR Code che rimanda ad una pagina Drive dove è possibile scaricarle.

Questa soluzione, seppur funzionale, aveva diversi limiti. In

1 29 marzo 2023

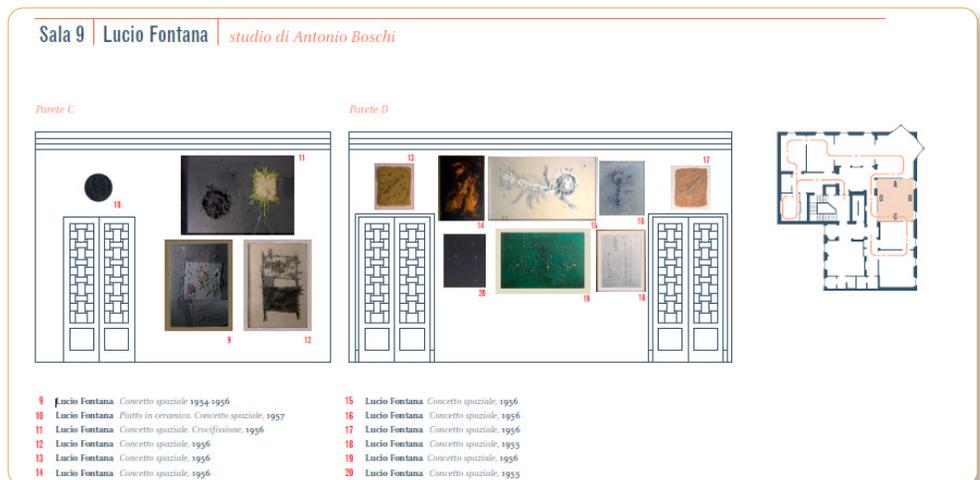


A sinistra, le sedie a cui erano appoggiate le schede di sala. A destra, l'unico QR Code da cui scaricare le schede di sale, appoggiato all'ingresso su una console.

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

primo luogo, le carte da sala erano poco pratiche da consultare, soprattutto se si desiderava leggere informazioni dettagliate sulle opere. Inoltre, le carte da sala erano soggette a usura, a deterioramento, e a furti soprattutto in un luogo pubblico come il museo, dove il flusso di visitatori non era controllato se non dai volontari del Touring Club. Invece, l'introduzione e l'utilizzo di un QR code permette ai visitatori di non dover aspettare che gli altri interessati finiscano di utilizzare le carte e di poterle consultare anche una volta fuori dal museo, nel caso si è rimasti affascinati da qualche particolare opera. Purtroppo però anche così non si risponde a tutti gli obiettivi che si pone il museo, non solo, come abbiamo visto precedentemente, perché non si comunica in maniera completa il visitatore, ma anche perché le carte di sala non trasmettono l'importanza del Museo rispetto alla sua peculiarità di essere il luogo che ospita la collezione dell'arte contemporanea lombarda di maggior interesse.

Esempio di scheda di sala distribuita plastificata o scaricabile.



4.2 UN NUOVO MODO DI FRUIRE IL MUSEO

La proposta che è stata sviluppata innanzitutto, è quella di creare all'interno della casa museo, dei percorsi che differenziassero la visita, in modo tale che ognuno di essi potesse raccontare un particolare diverso della storia e di chi ha creato la casa museo. Si è deciso quindi, di pensare quattro percorsi diversi all'interno della casa che raccontassero il museo da uno sguardo generale fino ad uno sguardo più intimo e personale. I percorsi individuati sono:

- 1) Le correnti
- 2) Gli arredi
- 3) I coniugi
- 4) Gli amici/artisti

I quattro bottoni che identificano i percorsi all'interno dell'applicazione web.



CAPITOLO 4 IL PROGETTO

Ognuno di questi percorsi è stato pensato insieme alla dottoressa Fabi, che essendo curatrice della casa museo, aveva ben in mente quali fossero le opere che appassionano di più i visitatori o le opere che meglio rappresentano gli artisti, le amicizie o il rapporto che Marieda e Giovanni avevano con la loro casa. Inoltre obbiettivo è stato di comunicare come la collezione è testimone del ricco periodo artistico della prima metà del '900 che si sviluppo nel capoluogo lombardo. Infatti, la maggior parte delle opere principali che erano di proprietà dei due coniugi ora sono esposte nel Museo del Novecento.

In particolare, il primo percorso, *Le correnti*, illustra stanza per stanza, un'opera che è tra le più rappresentative esposte, in modo tale che chi si avvicina per la prima volta all'arte contemporanea milanese possa avere una panoramica generale di quello che i due coniugi hanno collezionato in tutta la loro vita, dando spunti di riflessione anche per le opere che le accompagnano e per dare un significato all'allestimento che è poi stato deciso da Alessandro Mendini e da Maria Fratelli, responsabile della casa museo al momento dell'apertura nel 2003. Il secondo percorso, *Gli arredi*, vuole raccontare il riallestimento della casa museo una volta che è stata decisa la riapertura, in quanto dopo vent'anni erano stati venduti o si erano completamente deteriorati molti degli arredi presenti originariamente all'interno di essa. Per questo dopo un lungo e puntiglioso lavoro fatto dalla fondazione Boschi Di Stefano e dal Comune di Milano, si è deciso di riarredare il tutto sempre con lo stile che caratterizzava l'appartamento quando era abitato, cercando di mantenere qualche arredo ancora utilizzabile, di ricomprare quelli venduti e ancora in buono stato, di utilizzare arredi di proprietà del comune che potessero integrare lo stile

4.2 UN NUOVO MODO DI FRUIRE IL MUSEO

e di utilizzare degli arredi progettati dai nipoti dei due coniugi. Con questo percorso è facilmente visibile tutto il processo di riallestimento e di progettazione della casa, anzi, l'intento è quello di enfatizzare la caratteristica di essere una casa, prima di diventare museo, dell'appartamento. Il terzo percorso, *I coniugi*, prova a raccontare chi erano i due coniugi che hanno dato vita al museo, Giovanni Boschi e Marieda Di Stefano, iniziando a raccontare della palazzina in cui si trova l'appartamento, progettata da Portaluppi, arrivando fino alle opere che gli ritraggono fatta dagli amici artisti, ma anche raccontando le opere realizzate da Marieda o il giunto brevettato dall'ingegnere Boschi. L'ultimo percorso, *Gli amici/artisti*, illustra le amicizie che i due coniugi avevano con i vari artisti milanesi e non che avevano uno stile artistico che li piaceva. Infatti i due coniugi oltre ad essere dei grandi collezionatori, instauravano rapporti con gli artisti, sia invitandoli a casa loro, sia andandoli a trovare nei loro atelier, e spesso volte facendoli incontrare tra loro. Oltre a questo, ad alcuni artisti a cui erano affezionati, in momenti di difficoltà economica gli sostenevano con veri e propri stipendi. Da qui nascono le loro grandi collezioni con decine e decine di opere solo di alcuni artisti.

Questi percorsi saranno guidati in due modalità. La prima è una web app a cui accedere tramite il sito web della Casa museo Boschi Di Stefano e la seconda tramite degli opuscoli, uno per percorso, che verrebbero dati a disposizione dei visitatori all'ingresso dell'appartamento. Con queste due modalità si vuole andare a rispondere a due richieste dei visitatori, la prima è quella di poter vedere e conoscere le opere prima della visita, in modo tale da poterla organizzare al meglio o per rivedere le opere dopo averle viste dal vivo, quindi tramite web, e la seconda

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

invece è quella di sconnettersi completamente dallo smartphone e potersi godere e concentrare sulle opere senza distrazioni tramite i booklet, magari avendo la possibilità di collezionare questi ultimi, per avere anche uno sguardo completo sull'intera collezione.

A sinistra, i quattro opuscoli.
A destra, L'applicazione web.



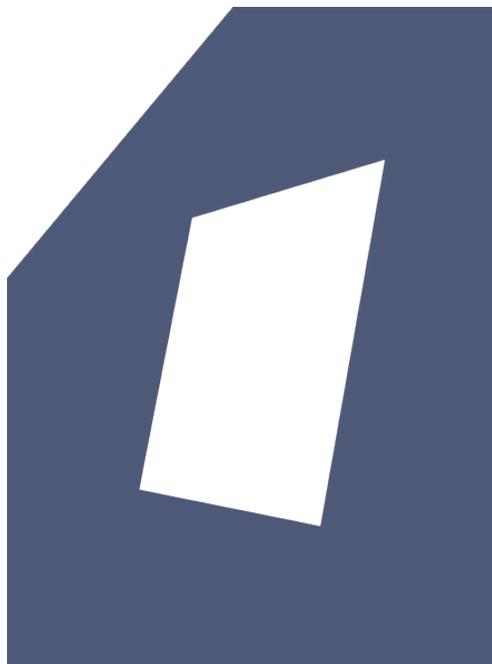
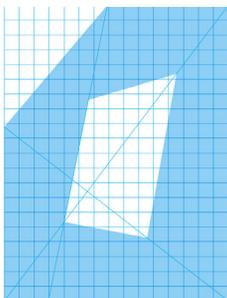
Queste due soluzioni nascono poi dal fatto che durante gli incontri con i curatori del museo, più volte è emersa la volontà di raccontare prima di tutto la storia e il legame delle opere ai coniugi Boschi, perché come è stato ribadito in precedenza, la Casa Museo Boschi Di Stefano non è un museo tradizionale, ma innanzitutto è una casa e la narrazione deve rispecchiare questo punto di vista. Per questo motivo è stato chiesto di porre la massima attenzione affinché i visitatori si concentrino sull'opera piuttosto che sulle informazioni didascaliche legate a questa. Infatti, già al tempo dell'apertura è stato deciso di non applicare descrizioni vicino ai quadri, così da non distrarre il visitatore. È per questo motivo che diventa così fondamentale uno strumento che permetta di avere le informazioni riguardo alle opere che si sta osservando, senza però aggiungere dettagli che non siano presenti in una normale casa abitata.

4.3 I BOOKLET

L'idea di realizzare i booklet nasce per venire incontro all'esigenza di accompagnare la visita di tutti i visitatori. In particolare i booklet si rivolgono a quella fetta di essi che preferiscono leggere e avere informazioni sulla carta, per tutti quelli che non riescono ad utilizzare gli smartphone per qualsiasi ragione, e per venire incontro alle esigenze di quei visitatori, per la maggior parte stranieri, che non hanno accesso a internet dal loro smartphone e non possono quindi, accedere alla web app.

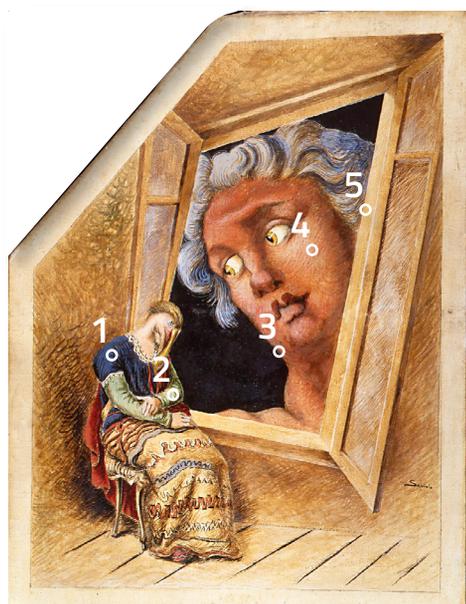
Lo sviluppo della grafica riprende il logo sviluppato nel 2015 , che ha permesso di unificare tutte le comunicazioni della casa museo. L'immagine coordinata che è stata sviluppata nasce prendendo spunto da una delle opere più iconiche della collezione della casa museo che è *L'annunciazione* di Alberto Savinio.

Il marchio è costruito in rapporto 2:3, e comprende due poligoni, uno inscritto nell'altro. I rapporti dimensionali si rifanno alla forma e alla struttura geometrica del quadro Annunciazione di Alberto Savinio.



CAPITOLO 4 IL PROGETTO

Seguendo le linee guida che sono state fornite abbiamo deciso quindi di mantenere il viola come colore principale per le comunicazioni generali, e usare il verde, il Bordeaux, l'arancione e il giallo come colori identificativi di ogni percorso. Questi cinque colori sono stati selezionati campionando i colori del quadro de *L'Annunciazione* in cinque punti diversi.



1

C 77, M 62, Y 35, K 14
525571

2

C 65, M 26, Y 50, K 9
708e7f

3

C 28, M 71, Y 49, K 24
855154

4

C 11, M 74, Y 76, K 2
b96046

5

C 5, M 35, Y 75, K 0
dcb45a

L'opera di Savinio con le campionature dei cinque colori che sono stati campionati e i codici CMYK.

A questo punto si è deciso di continuare a prendere come ispirazione l'opera di Savinio e si è deciso di ricreare questo taglio diagonale sulle copertine dei vari booklet, che prosegue anche sulla quarta di copertina.

Questa grafica che tra le varie copertine si ripete e la presenza per ogni booklet di quadri sempre diversi invece, è stata pensata per dare un senso di collezione degli opuscoli. Idealmente il desiderio è che un visitatore torni più volte per percorrere i quattro diversi racconti, e conoscere al meglio la casa museo,

4.3 I BOOKLET

ma anche che possa tenere i libricini come un souvenir da collezionare, tenere assieme e consultare anche a casa.



Le quattro copertine degli opuscoli.

Nelle prime due pagine troviamo, sulla destra, gli enti collaboratori che permettono il mantenimento della casa museo; sulla sinistra un'introduzione al percorso che viene illustrato con la mappa delle posizioni esatte delle opere che si andranno a vedere.

Nelle pagine successive si trovano invece, una per pagina, la descrizione delle opere con una foto di essa. L'impaginazione che si è voluta dare riprende la quadreria del museo, perciò, le foto e i testi si dividono lo spazio come se fossero appesi al muro di una stanza dell'appartamento.

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

In alto, le due pagine iniziali dell'opuscolo.
Sotto, un esempio di impaginato dell'opuscolo



Questo impaginato segue una griglia molto semplice da intuire e da utilizzare anche dai vari responsabili, curatori o da chi presta il servizio civile presso il Comune di Milano nell'ufficio dei beni culturali. Infatti l'idea è quella che poi la stessa venga utilizzata per altri opuscoli che possono essere utili ad accompagnare i visitatori durante la visita, nel caso vengano pensati altri percorsi, oppure potrebbe essere utilizzata per i booklet delle mostre temporanee

allestibili nella scuola di ceramica al piano terreno o al terzo piano dell'edificio.



4.4 LA WEB APP

I percorsi sono utilizzabili anche attraverso una web app. Si è deciso di utilizzare questa modalità innanzitutto per compiere uno degli obiettivi che si prefigge i musei, che come è stato già affrontato nel primo capitolo è quello di comunicare il patrimonio che possiede. Utilizzando uno strumento digitale questa comunicazione avviene non solo per i visitatori fisici del museo, ma anche per i visitatori digitali che magari si avvicinano al museo per ricerche, studi o chissà per quale altro motivo, ma che non hanno la possibilità di qualsiasi genere di visitare la casa museo nel breve o nel lungo periodo.

Per questo motivo, nella scelta tra app nativa e web app, si è virato per quest'ultima, in quanto, l'app nativa per la maggior parte delle volte richiede la presenza nel museo per essere utilizzata. Mentre l'utilizzo di un app web è utilizzabile su qualsiasi dispositivo connesso a Internet, come tablet, PC o smartphone. Per ultimo, ma non meno importante, l'utilizzo di questa tecnologia permette di inserire anche tracce audio che possono accompagnare la visita, in questo modo, l'utente non deve tenere gli occhi sul proprio dispositivo, ma gli basta avere una cuffia per ascoltare quello che gli viene spiegato e guardare l'opera che gli viene descritta, magari avendo le mani libere e la libertà di camminare e muoversi all'interno della stanza. Questo ci permette poi di inserire anche percorsi extra per bambini o ipovedenti che altrimenti non si riuscirebbero a fare, come succede ad ora.

Il percorso per bambini si chiama *Caccia al quadro*, è un percorso che era già stato pensato e redatto qualche anno fa dalla casa museo, e come dice il nome consiste in una vera e propria caccia al tesoro, in cui viene letta ai bambini la descrizione di un quadro, e loro, andando in giro per le stanze dell'appartamento

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

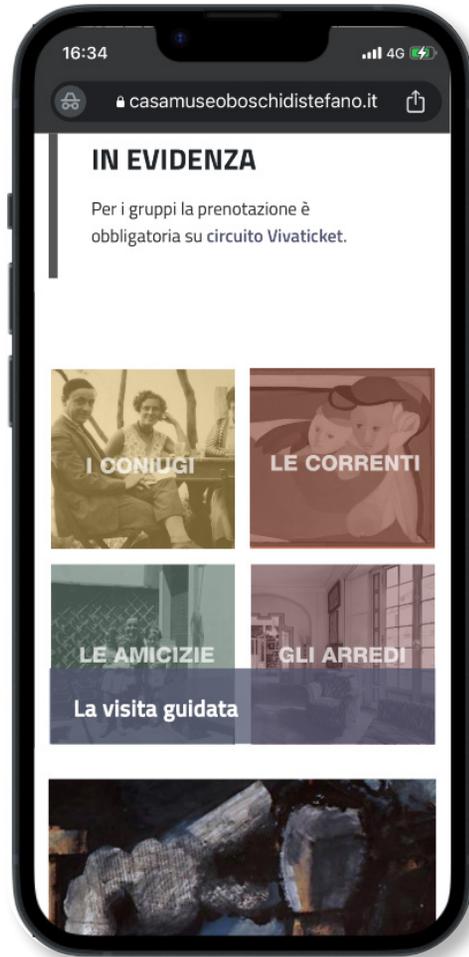
devono riconoscere l'opera che gli è appena stata descritta. Ma non si ferma qui il gioco, infatti, nella descrizione che è stata data c'è un errore e i bambini devono inoltre riconoscere l'errore che c'è nella descrizione. Questo percorso apre la visita alla casa museo anche alle famiglie con bambini, che fino ad ora potevano frequentare l'appartamento, ma magari senza quella coscienza o conoscenza che potrebbero avere tramite questo simpatico gioco.

Le descrizioni del percorso *Caccia al quadro* però devono la loro nascita ad un grande lavoro fatto da gli studenti del liceo classico Manzoni di Lecco, che in collaborazione con la Casa Museo Boschi Di Stefano e l'Associazione Nazionale Subvedenti hanno scritto e descritto sette opere della casa museo, seguendo le linee guida che gli erano state date, dando vita al percorso chiamato *Descrivendo*. Purtroppo anche questo possibile percorso non è mai stato pubblicato dalla casa museo sia perché non c'era uno strumento adatto per renderlo disponibile per i visitatori che ne necessitano, sia perché gli scritti degli studenti non sono mai stati revisionati da persone competenti che potessero assicurare un buon risultato del lavoro svolto. Si ritiene però di fondamentale importanza iniziare ad usufruire di questa possibilità di aumentare l'accessibilità del museo anche per i visitatori ipovedenti, avendo l'accortezza di avvisare i visitatori ipovedenti e segnalargli questa mancanza, che però non vieta di poter apprezzare la opere esposte nella collezione.

Infine l'utilizzo di un'app consente di continuare a ricevere le informazioni di tutte le opere presenti in ogni stanza, con anche la possibilità di ricevere qualche informazione in più rispetto a quelle che vengono date oggi tramite le carte di sala.

4.4 LA WEB APP

Per accedere alla web app che è stata progettata, dovrebbe bastare l'accesso a un motore di ricerca sullo smartphone al sito Internet della Casa Museo Boschi Di Stefano (<https://www.casamuseoboschidistefano.it/>). A questo punto scrollando verso il basso, la prima immagine che funge da pulsante di interazione è quella della visita guidata, che appare con le immagini dei quattro percorsi pensati. A questo punto si viene reindirizzati ad una nuova pagina che è la homepage vera e propria della web app. Anche qui, come precedentemente gli opuscoli, la grafica non cambia rispetto all'immagine che ha già il museo anche su Internet. Il colore principale delle pagine rimane il viola, e anche i font dei testi e dei testi è quello indicato dalle linee guida date dalla casa museo.



Visualizzazione del sito della casa museo da spartphone.

La home page si presenta con il logo viola su sfondo bianco. Sotto di essa troviamo la possibilità di selezionare uno dei quattro percorsi principali semplicemente scorrendo a destra o a sinistra dello schermo. Sotto i percorsi principali, ci sono i percorsi extra, al momento sono stati inseriti nel prototipo solo *Caccia al quadro* e *Descrivendo* ma possono essere aggiunti anche altri

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

L'architettura della homepage della web app.



percorsi, magari riguardanti le mostre temporanee. Scorrendo ancora in basso si trova una veloce descrizione di cos'è la Casa Museo Boschi Di Stefano, e una pianta dell'appartamento con tutte le stanze numerate. Da questa pianta infatti è possibile accedere alle pagine specifiche di ogni stanza in cui trovare le opere, le foto e le descrizioni di tutto ciò che è esposto dentro esse. Infine nel footer del sito troviamo i link ai vari social della casa museo e i link utile e le informazioni come nella sito web già esistente.

La pagina che illustra il percorso de *I coniugi* è leggermente differente dalle altre. Si caratterizza per il colore giallo, come la home ha il logo della casa museo in alto, una descrizione dell'obbiettivo del percorso scritta in bianco su sfondo giallo e poi inizia la narrazione di chi erano i due coniugi. Come tutte le altre pagine, anche in questa è possibile ascoltare il testo scritto, semplicemente cliccando il pulsante di ascolto, è possibile individuare su una mappa dove si trovano le opere e poterle condividere sui vari social. La differenza di questa pagina sta nell'inserimento di tutte le foto storiche dell'appartamento, scattate dal fotografo Gabriele Basilico, anche lui amico dei coniugi, immagini scattate

4.4 LA WEB APP

quando l'appartamento era ancora abitato dei proprietari, Bene si scorgono le differenze fra le due fasi di questi spazi.

Le altre tre pagine dei principali percorsi, *Le correnti*, *Gli amici/artisti* e *Gli arredi*, presentano le opere tutte nella stessa modalità. La prima informazione che si riceve è quello che si sta guardando, quindi quale corrente o artista o arredo viene presentato, seguito dalla stanza in cui ci si trova, in modo tale che ci si inizia ad avvicinare. Il titolo è seguito dalla foto, di qualità abbastanza alta. A questo punto vengono date le informazione dell'artista, il titolo dell'opera e l'anno di realizzazione seguito

A sinistra, visualizzazione prototipo della pagina dedicata al percorso *I coniugi*.
A destra, visualizzazione prototipo della visione di un'opera in un percorso; con foto, titolo, autore, anno e descrizione.



CAPITOLO 4 IL PROGETTO

il tutto da una descrizione di essa. A lato si trovano tre pulsanti, in corrispondenza di tre simboli. Il primo è una mappa che se premuto permette di vedere in quale stanza e su quale parete si trova il quadro, il secondo permette di condividere tramite link, su Whatsapp o Instagram o Facebook l'opera, e l'ultimo permette di ascoltare l'audio della descrizione. Infine si ha la possibilità, premendo il tasto infondo alla descrizioni, di andare direttamente alla pagina della stanza in cui si trova l'opera per avere informazioni maggiori anche degli altri quadri che la circondano.



A sinistra, visualizzazione prototipo del pop-up per localizzare l'opera nell'appartamento. A destra, visualizzazione prototipo del pop-up per condividere l'opera.

4.4 LA WEB APP



A sinistra, visualizzazione prototipo della pagina del percorso *Caccia al quadro*. A destra, visualizzazione prototipo del pop-up che restituisce la soluzione della tappa del percorso *Caccia al quadro*.

Per le pagine dei due percorsi extra invece, siccome l'obiettivo era diverso, si è usata un layout leggermente diverso. Il colore che è stato associato è stato il viola istituzionale, l'intestazione rimane uguale a quella degli altri percorsi, ma cambia la presentazione delle opere. Per quanto riguarda il percorso *Caccia la quadro*, visto che l'obiettivo è quello di cercare il quadro descritto, il quadro si presenta con titolo e autore, seguiti dalla descrizione. Al fondo di questa c'è il pulsante per aprire il pop-up della soluzione, che mostra l'immagine del quadro e evidenzia l'errore nella descrizione. Per quanto riguarda il percorso *Descrivendo* invece, il layout è rimasto pressoché identico, nella presentazione del discorso si è aggiunto anche le modalità e le linee guida per comprendere le descrizioni che

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

A sinistra, visualizzazione prototipo della pagina del percorso *DescriVedendo*. A destra, visualizzazione prototipo della pagina del percorso *DescriVedendo*, in particolare la spiegazione di come funzionano le descrizioni delle opere.



sono state fatte, mentre per presentare le opere è stato deciso di non mettere le immagini nel layout, ma solo le descrizioni, con la possibilità di ingrandire o rimpicciolire il testo per le varie necessità, e mantenere la riproduzione audio delle descrizioni. In questo modo, si va in contro ai bisogni dei visitatori ipovedenti che sicuramente riesce a percepire visivamente il quadro dal vivo a grandezza naturale, piuttosto che sullo smartphone e può ascoltare mentre guarda, senza dover distogliere lo sguardo dall'opera per leggere.

Per quanto riguarda le pagine che illustrano tutte le opere di ogni stanza il layout riprende il colore viola come colore principale.

4.4 LA WEB APP

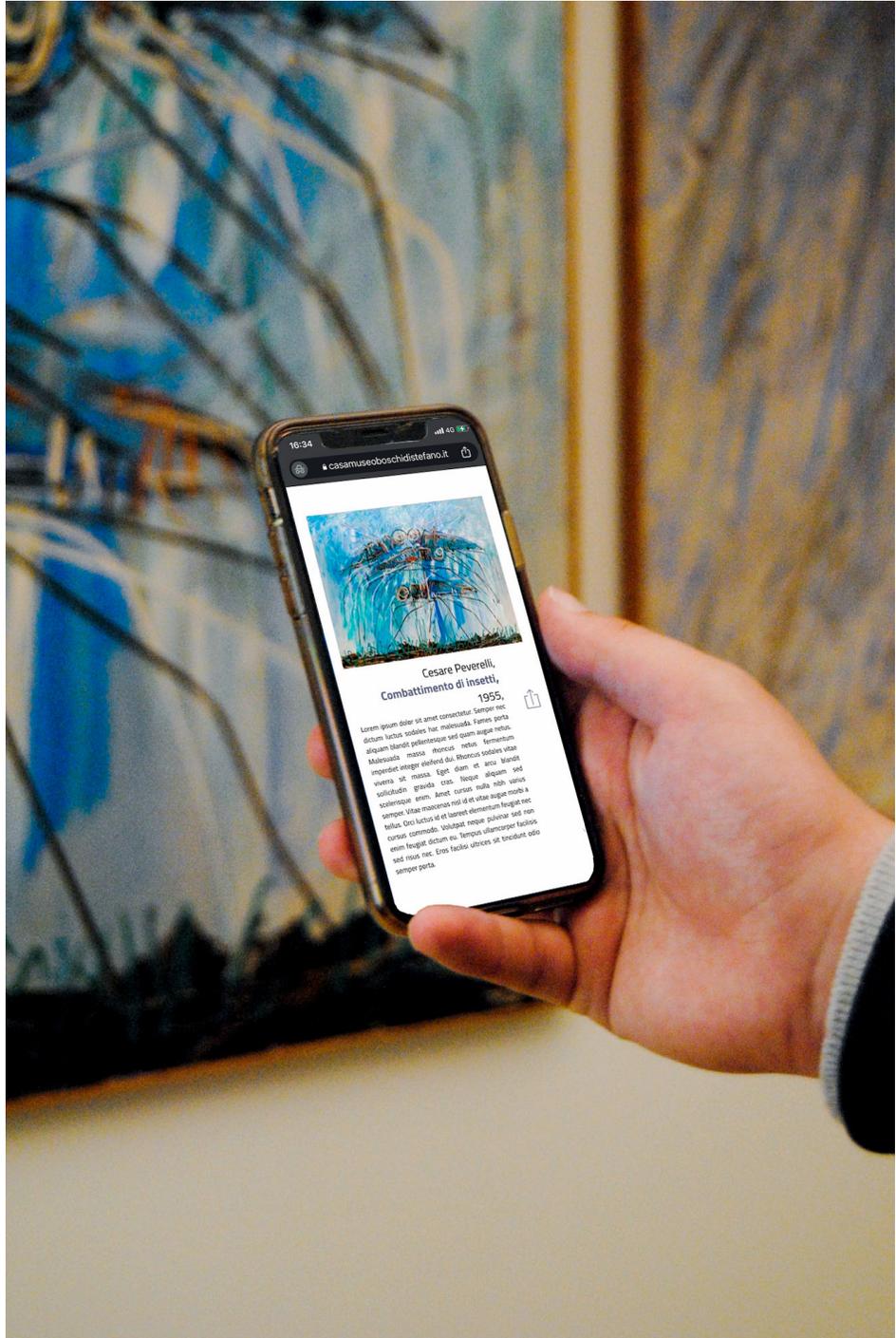


Le opere si presentano prima con la loro immagine che è seguita da artista, titolo e anno e si conclude con una breve descrizione. Anche per queste opere c'è la possibilità di condividerle sugli altri social.

Visualizzazione prototipo di una pagina delle Sale.

CAPITOLO 4 IL PROGETTO

Utilizzo
dell'applicazione
alla Casa Museo
Boschi Di Stefano.



ICONOGRAFIA CAPITOLO 4

Pagina 138:

Le sedie su cui erano appoggiate le
schede di sala,
Foto di Federica Annoni

Il QR Code da cui scaricare le schede di
sala,
Foto di Federica Annoni

Pagina 139:

Esempio di scheda di sala,
[https://www.casamuseoboschidistefano.
it/documents/95640866/207977958/
Schede-di-sala-Casa-Boschi.pdf/](https://www.casamuseoboschidistefano.it/documents/95640866/207977958/Schede-di-sala-Casa-Boschi.pdf/)

Pagina 140-157:

Tutte le immagini presenti in queste
pagine son render o mockup dei prororipi
realizzati da Lorenzo Bressan nella
stesura della tesi

CONCLUSIONE

Nella prima parte di questa tesi sono state discusse e analizzate le definizioni di museo e successivamente di casa-museo, per comprendere meglio qual è il ruolo che questo deve avere nella società attuale. Si è visto che con le varie modifiche di museo che sono state elaborate, questi enti devono avere come focus la ricerca, la collezioni, l'interpretazione e soprattutto la diffusione del patrimonio materiale e immateriale che raccolgono. Tutto questo deve essere fatto tenendo conto dell'accessibilità, dell'inclusione, il rispetto della diversità e la sostenibilità, in modo tale che ci sia sempre un continuo stimolo verso il visitatore che alimenti la sua coscienza, il suo sapere e il suo piacere. Entrando più nel dettaglio si è analizzato di cosa sono le case museo e le nove categorie in cui sono classificate, sono state mostrate le differenze e le sfide che i curatori di questi particolari musei devono affrontare. Per questo motivo sono stati presentati tre esempi virtuosi di case museo; la *Wallace Collection*, una casa museo internazionale, gestita direttamente dallo stato inglese che riesce a imporsi nel tessuto londinese per la sua collezione comunicata in maniera eccellente su Internet; la *Fondazione Querini Stampalia*, una collezione familiare veneziana esposta dentro il palazzo storico ristrutturato da Carlo Scarpa, che comprende da manoscritti a opere di arte contemporanea, questa gestione privata propone una varietà enorme di esperienze all'interno, ma non cura la presenza su Internet; l'ultimo esempio è la casa museo Poldi Pezzoli, situata in centro a Milano, gestita anch'essa privatamente, la cui gestione ha preferito, dopo i bombardamenti che ha subito il palazzo, è stata ricostruita in maniera diversa rispetto a come era originariamente, per esporre in maniera migliore la grandissima quantità di opere che ospita, oltre che curare in maniera dettagliata la presenza su Internet.

La ricerca è poi continuata su come le nuove tecnologie si possono mettere al servizio dei musei affinché questi possano essere accessibili a più persone possibili, non solo a chi è vicino ad essi e può visitarli, ma anche per tutte quelle persone che normalmente non sono abituate o non hanno interesse a fare un'esperienza all'interno dei musei. Una delle prime soluzioni che si potrebbero attuare è quella di rendere virtuali i musei e accessibili ovunque tramite l'utilizzo di semplici strumenti come gli smartphone, sebbene si perda una parte di esperienza fondamentale. Comunicare il museo tramite la tecnologia è sempre più di fondamentale importanza, sia dentro al museo che all'esterno. On-site infatti, ci sono tante tecnologie che aiutano nella narrazione per renderla più stimolante, accattivante e alla portata dei visitatori. Esempi di strumenti che aiutano in questo senso sono i totem o i tavoli multimediali, la realtà aumentata, l'utilizzo del video-mapping, oppure l'uso di chatbot che guidano i visitatori o di videogiochi che ti chiedono di percorrere o scoprire parti del museo, e infine applicazioni dedicate alle visite. La comunicazione on-line invece permette la conoscenza di quello che viene raccolto e esposto nei musei per tutti, sia chi sta organizzando una visita sia chi non potrà andare, per qualsiasi ragione, in quel determinato museo. Per questo utilizzare i siti internet o tutti i social network è di fondamentale importanza per la diffusione della cultura.

A questo punto si è analizzato il contesto museale di Milano, perché e come è diviso nei vari distretti e con quale obiettivo, andando più nello specifico si è fatta una ricerca sui vari enti che raccolgono le case illustri dei milanesi e quindi del progetto *Storie Milanesi* fino ad entrare nel dettaglio del *Circuito della casa museo* di Milano poste così a confronto le une con le altre.

Raccontando quello che è la *Casa Museo Boschi Di Stefano* oggi e di come si presenta al pubblico sia fisicamente

CONCLUSIONE

che su Internet, si è deciso di sviluppare un artefatto che superasse alcune grandi lacune come quella che riguarda i visitatori dell'appartamento escono tante volte "storditi" da così tante opere messe assieme ma senza una vera e propria spiegazione di quello che hanno guardato. Allo stesso tempo potesse essere utile per chi non potrà visitare il museo, dovuto anche alla poca accessibilità dell'edificio in cui si trova. Per questo l'artefatto si sviluppa sia via web app sia tramite opuscoli, e racconta la collezione e la sua storia tramite quattro percorsi principali, dando poi la possibilità di godere della collezione anche ai bambini o a persone ipovedenti tramite due percorsi extra. Il nostro auspicio è che questo progetto possa essere continuando, permettendo che le oltre milleseicento opere che sono tutto ora negli archivi del comune di Milano, possano essere digitalizzate e caricate nell'applicazione per far sì che sia possibile conoscere interamente la collezione raccolta dai due coniugi Boschi Di Stefano, e non una minima parte, come è visibile ora.

Questo progetto si propone di far incontrare l'ambito museale a la tecnologia in un luogo dove non è ancora avvenuto un intreccio. Infatti, l'intervento proposto con l'aiuto di una tecnologia non invasiva, tramite strumenti non a carico dell'ente museale, aiuta il visitatore ad avvicinarsi all'arte che è esposta nel museo facendole recuperare anche valore, dandogli anche una diffusione maggiore tramite la presenza su Internet.

BIBLIOGRAFIA

Canali, Chiara. «**Musei Virtuali e Online. Nuovi Modelli Di Fruizione e Di Utenza Nella Rete**», 2020.

Celant, Germano. «**Germano celant: l'immaginario del museo**». Casabella (Archive: 1965-2015), fasc. 741 (febbraio 2006): 6-7.

Cerquetti, Mara. **Marketing museale e creazione di valore: strategie per l'innovazione dei musei italiani**. FrancoAngeli, 2014.

Chiappesi, Marco. «**Musei virtuali e inclusione sociale**», 2016.

Colombo, Maria Elena. **Musei e cultura digitale. Fra narrativa, pratiche e testimonianze**. Editrice Bibliografica, 2020.

Dal Co, Francesco, e Polano. **Carlo Scarpa - La fondazione querini stampalia a Venezia**. Electa, 2006.

De Poli, Aldo, Marco Piccinelli, e Nicola Poggi. **Dalla casa-atelier al museo: la valorizzazione museografica dei luoghi dell'artista e del collezionista** / Aldo De Poli, Marco Piccinelli, Nicola Poggi. Milano: Lybra Immagine, 2006.

Arman Federico. «**Visioni di Case di ieri. Nuovi significati internazionali per le case di domani**». Area 112 (settembre 2010): 193.

Fondazione CARIPLO. «**I distretti culturali**», ottobre 2011.

Forte, Maurizio, e Margherita Franzoni. «**Quale comunicazione per i Musei in Internet**», s.d.

Fratelli, Maria. **Casa museo Boschi Di Stefano**. Milano: Skira, 2020.
<https://www.google.com/>

Ghiazza, Renata. «**Casa Museo Boschi Di Stefano**», s.d.

Jenkins, Henry. **Culture partecipative e competenze digitali (Media education per il XXI secolo)**. Guerini Studio, 2014.

Kannès, Gianluca. **House Museums and the Interpretation of Cultural, Social, Urban Landscape: Proceedings of the 16th Annual DEMHIST Conference**, Milan 3-9 July 2016.

BIBLIOGRAFIA

Leoncini, Luca, e Simonetti, Farida. **Abitare la Storia - Le dimore storiche-musei - restauro sicurezza didattica comunicazione.** Umberto Alemandi & C, 1998.

Mandarano, Nicolette. **Musei e media digitali.** Carocci editore. Consultato 13 novembre 2022.

Mazzanti, Anna, Trocchianese, Raffaella, Spagnoli, Alessandra, e Spallazzo, Davide. «**Design Culture(s) - Cumulus conference proceeding Rome 2021**», giugno 2021.

Mottola Molfino, Alessandra. **Il Libro dei Musei**, s.d.

Mottola Molfino, Alessandra, Andrea Di Lorenzo, e Alessandra Zanni. **Il Museo Poldi Pezzoli a Milano**, s.d.

Panciroli, Chiara. «**Il modello di Museo Virtuale dell'Università di Bologna**», s.d.

Pavoni, Rosanna. **Case museo in Italia: nuovi percorsi di cultura: poesia, storia, arte, architettura, musica, artigianato, gusto, tradizioni** / Rosanna Pavoni. Roma: Gangemi, 2009.

«**Case museo: una tipologia di musei da valorizzare**», s.d.

Russoli, Franco. **Poldi Pezzoli - Catalogo**, 1954

Sgarzi, Barbara. **Social Media Journalism.** Apogeo, 2016.

Vilardo, Giulia, e Mazali Tatiana. «**La virtualizzazione dei Musei alla prova del Covid-19. Un caso studio**», s.d.

Vitale, Giovanna, e Garizio, Lorenzo. «**L'approccio empatico nel futuro dei musei**», s.d.

Werner, Paul. Museo Spa. **La globalizzazione della cultura.** Johan & Levi, 2009.

SITOGRAFIA

«**2021 - Tecnologia NFC**». Consultato 8 marzo 2023. <https://www.nexi.it/news/pagamenti-digitali/tecnologia-nfc.html>.

«**Access**». Consultato 28 febbraio 2023. <https://www.wallacecollection.org/visit/access/>.

Amici del Museo Poldi Pezzoli. «**Sala d'Armi**». Consultato 17 febbraio 2023. <https://amicipoldipezzoli.it/portfolio/sala-darmi/>.

«**Approvata a Praga la nuova definizione di museo di ICOM - ICOM Italia**», 6 giugno 2022. <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo-scelta-la-proposta-finale-che-sara-votata-a-praga-2/>.

ArtsLife. «**Open Heritage: il 3D a salvaguardia delle meraviglie culturali del mondo**», 26 aprile 2018. <https://artslife.com/2018/04/26/open-heritage-il-3d-di-google-arts-culture-e-cyark/>.

Associazione Culturale Tuo Museo. «**Progettare videogiochi per musei**», 27 aprile 2020. <https://www.tuomuseo.it/progettare-videogiochi-per-musei/>.

Barbieri, Andre. «**Analisi Profili Instagram, il più usato in Italia!**» Analisi Profili Instagram, il più usato in Italia! Consultato 20 marzo 2023. <https://www.notjustanalytics.com/>.

«**Brooklyn Museum: ASK**». Consultato 8 marzo 2023. <https://www.brooklynmuseum.org/ask>.

«**casa-museo in Vocabolario - Treccani**». Consultato 28 febbraio 2023. [https://www.treccani.it/vocabolario/casa-museo_\(Neologismi\)](https://www.treccani.it/vocabolario/casa-museo_(Neologismi)).

Case Museo di Milano. «**Il Circuito delle Case Museo di Milano - un patrimonio culturale e artistico milanese**». Consultato 16 marzo 2023. <https://casemuseo.it/>.

Cirillo, Caterina. «**Musei e tecnologia: le 5 innovazioni più adottate**». Societing 4.0 (blog), 17 maggio 2022. <https://societing.org/blog/2022/05/17/musei-e-tecnologia-le-5-innovazioni-piu-adottate/>.

Comune di Milano. «**Distretti Museali**». Consultato 14 marzo 2023. <https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/cultura/distretti-museali>.

SITOGRAFIA

Comune di Milano. «**Musei Civici online**». Consultato 14 marzo 2023. <https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/cultura/musei-e-spazi-espositivi-le-sedi>.

Comune di Milano. «**Musei e spazi espositivi civici: informazioni**». Consultato 14 marzo 2023. <https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/cultura/musei-e-spazi-espositivi-informazioni>.

CorCom. «**Castel del Monte diventa museo 4.0: AI e mixed reality rivoluzionano la user experience**», 14 gennaio 2021. <https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/castel-del-monte-diventa-museo-4-0-ai-e-mixed-reality-rivoluzionano-la-user-experience/>.

«**Definizione di Museo di ICOM - ICOM Italia**», 7 agosto 2018. <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo-di-icom/>.

«**Definizione di museo: il processo di aggiornamento! - ICOM Italia**», 23 marzo 2021. <https://www.icom-italia.org/definizione-di-museo-partecipate-al-processo-di-aggiornamento/>.

«**DEM HIST | INTERNATIONAL COMMITTEE FOR HISTORIC HOUSE MUSEUMS**». Consultato 9 febbraio 2023. <https://icom-demhist.org/>.

«**father and son – the game | mann napoli**». Consultato 8 marzo 2023. <https://mann-napoli.it/father-and-son-the-game/>.

«**Fondazione Querini Stampalia**». Consultato 18 febbraio 2023. https://www.querinistampalia.org/ita/home_page.php.

Fondazione Scuola dei beni e delle attività culturali. «**L'offerta museale della città di Milano**». IT: Scuola dei beni e delle attività culturali, 2021. <https://doi.org/10.53125/Strumenti202104>.

Foscarini. «**La casa morbida - Mostra di textile design | Foscarini.com**». Consultato 1 marzo 2023. <https://www.foscarini.com/it/culture/projects/la-casa-morbida/>.

SITOGRAFIA

«**La nuova illuminazione a LED del Museo Poldi Pezzoli di Milano**». Luxemozione (blog), 17 luglio 2013. <https://www.luxemozione.com/2013/07/la-nuova-illuminazione-a-led-del-poldi-pezzoli-di-milano.html>.

Giaume, Giulia. «**I podcast per le Case Museo di Milano | Artribune**», 8 marzo 2023. <https://www.artribune.com/progettazione/new-media/2023/03/listen-to-me-ascoltami-podcast-case-museo-milano-poldi-pezzoli-bagatti-valsecchi-villa-necchi-campiglio-boschi-di-stefano/>.

Giossi, Giacomo. «**Come l'esperienza dei musei si sta trasformando in tutta Italia**». cheFare, 18 maggio 2021. <https://www.che-fare.com/almanacco/cultura/come-lesperienza-dei-musei-si-sta-trasformando-in-tutta-italia/>.

«**Museo digitale e dintorni**». cheFare, 30 settembre 2016. <https://www.che-fare.com/almanacco/societa/tecnologia/museo-digitale-dintorni/>.

«**Google Arts & Culture**». Consultato 14 febbraio 2023. <https://artsandculture.google.com/>.

Google Arts & Culture. «**Open Heritage**». Consultato 7 marzo 2023. <https://artsandculture.google.com/project/openheritage>.

Home. «**Poldi Pezzoli**». Consultato 1 marzo 2023. <http://www.ferrara-palladino.com/dir/architecture-environment/poldi-pezzoli/>.

«**I musei italiani con account social Facebook e Instagram, 2017-2021**». Consultato 9 marzo 2023. <https://www.osservatori.net/it/prodotti/formato/grafici/musei-italiani-account-social-facebook-instagram-2017-2021-grafico>.

«**Il futuro è phygital. I musei e la sfida del digitale - Milano - Arte.it**». Consultato 14 aprile 2023. <https://www.arte.it/notizie/milano/il-futuro-%C3%A8-phygital-i-musei-e-la-sfida-del-digitale-17337>.

Il Giornale delle Fondazioni. «**Il Poldi Pezzoli sotto una nuova luce**», 28 giugno 2013. <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-poldi-pezzoli-sotto-una-nuova-luce>.

SITOGRAFIA

Il Giornale delle Fondazioni. «**La riforma dei musei statali italiani**», 15 aprile 2015. <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/la-riforma-dei-musei-statali-italiani>.

Inside Marketing. «**Phyigital: cos'è, come funziona, esempi**». Consultato 14 aprile 2023. <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/phyigital/>.

International Council of Museums. «**History of ICOM**». Consultato 6 febbraio 2023. <https://icom.museum/en/about-us/history-of-icom/>.

Iulm, Unesco, Ministero per i Beni Culturali. «**Musei Italiani**», marzo 2012.

IVIPRO. «**Toti Submarine VR Experience**». Consultato 7 marzo 2023. <https://ivipro.it/it/portfolio-item/toti-submarine-vr-experience/>.

Paris: ICOM, International council of museums, 2018.

Kemp, Simon. «**Le più recenti e strabilianti statistiche sui social media (che devi sapere)**». Social Media Marketing & Management Dashboard (blog), 23 settembre 2022. <https://blog.hootsuite.com/it/statistiche-sui-social-media/>.

KLM Live High Five, 2014. <https://www.youtube.com/watch?v=JHG2eII7go>.

«**L'arte su TikTok: la nuova leva del settore culturale. | Eleonora Rebiscini**», 31 maggio 2022. <https://eleonorarebiscini.it/marketing/larte-su-tiktok-la-nuova-leva-del-settore-culturale/>.

Maida, Desirée. «**La nuova definizione di museo secondo l'ICOM | Artribune**», 24 agosto 2022. <https://www.artribune.com/professionisti-e-professionisti/politica-e-pubblica-amministrazione/2022/08/accessibile-inclusivo-sostenibile-nuova-definizione-museo-icom/>.

Markiezenhof - Museum - Bergen op Zoom. «**Markiezenhof - Museum - Bergen op Zoom**». Portlet Page. Consultato 15 aprile 2023. <https://www.markiezenhof.nl>.

SITOGRAFIA

«**Milano, verso la creazione di quattro distretti museali urbani. Ecco il piano strategico**». Consultato 15 marzo 2023. <https://www.finestresullarte.info/attualita/milano-verso-creazione-quattro-distretti-museali-urbani>.

Miriconosci. «**Musei e tour virtuali non attraggono il pubblico: ecco i dati**». Mi Riconosci (blog), 4 maggio 2020. <https://www.miriconosci.it/musei-virtuali-non-attra-ggono/>.

Morning Future. «**Che ci fanno i musei su Tik Tok?**», 27 dicembre 2021. <https://www.morningfuture.com/it/2021/12/27/che-ci-fanno-i-musei-su-tik-tok/>.

«**Musei e teatri sempre più a portata di clic - ItaliaOggi.it**». Consultato 9 marzo 2023. <https://www.italiaoggi.it/news/musei-e-teatri-sempre-piu-a-portata-di-clic-2568728>.

Musei-it. «**Chatbot Nei Musei**». Musei-it, 15 maggio 2018. <https://www.musei-it.com/post/chatbot-nei-musei>.

«**Museo della Fondazione Querini Stampalia di Venezia**». Consultato 18 febbraio 2023.

<https://www.querinistampalia.org/ita/museo.php>.

Museo Poldi Pezzoli. «**Gian Giacomo Poldi Pezzoli**». Consultato 18 febbraio 2023. <https://museopoldipezzoli.it/gian-giacomo-poldi-pezzoli/>.

Museo Poldi Pezzoli. «**Il museo**». Consultato 18 febbraio 2023. <https://museopoldipezzoli.it/il-museo/>.

Museo Poldi Pezzoli. «**La casa**». Consultato 18 febbraio 2023. <https://museopoldipezzoli.it/la-casa/>.

«**MUSEO VIRTUALE in “XXI Secolo”**». Consultato 6 marzo 2023. [https://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_\(XXI-Secolo\)](https://www.treccani.it/enciclopedia/museo-virtuale_(XXI-Secolo)).

Newsroom | TikTok. «**Arte e Cultura vivono su TikTok: la Community si prepara a celebrare la Giornata Internazionale dei Musei**», 16 agosto 2019. <https://newsroom.tiktok.com/it-it/giornata-internazionale-dei-musei-tiktok>.

SITOGRAFIA

«**The Guardian**». Consultato 24 febbraio 2023. <https://www.theguardian.com/culture/2015/oct/01/museums-virtual-reality-new-age-audience-interactive>.

Philips. «**Museo-Poldi-Pezzoli**». Consultato 1 marzo 2023. <https://www.lighting.philips.it/progetti/progetti/spettacolo/museo-poldi-pezzoli>.

«**Phygital: che cosa vuol dire? E che cos'è un museo phygital?**» Consultato 14 aprile 2023. <https://www.finestresullarte.info/opinioni/phygital-cosa-vuol-dire-musei>.

«**Phygital: che cosa vuol dire? E che cos'è un museo phygital?**» Consultato 14 aprile 2023. <https://www.finestresullarte.info/opinioni/phygital-cosa-vuol-dire-musei>.

Rebecca Minkoff Connected Store Demo, 2014. https://www.youtube.com/watch?v=6G3IyG_GeY.

«**Ripartenza per musei e teatri, con più entrate e iniziative digitali**». Consultato 9 marzo 2023. <https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/innovazione-musei-teatri>

Salzano, Marco Pipolo & Guido. «**Approvata Dall'Executive Board Di ICOM La Nuova Definizione Di Museo Che Sarà Votata a Praga.**» QAeditoria.it - QA turismo cultura & arte. Consultato 27 febbraio 2023. <https://www.qaeditoria.it/details.aspx?idarticle=211210>.

«**Scopri il Museo**». Consultato 7 marzo 2023. <https://www.lavazza.it/content/lavazza/it/museo-lavazza/scopri-il-museo>.

SFMOMA. «**Send Me SFMOMA**». Consultato 8 marzo 2023. <https://www.sfmoma.org/read/send-me-sfmoma/>.

Starri, Matteo. «**DIGITAL 2023 - I DATI GLOBALI**». We Are Social Italy, 26 gennaio 2023. <https://wearesocial.com/it/blog/2023/01/digital-2023-i-dati-globali/>.

Storie Milanesi. «**Storie Milanesi**». Consultato 16 marzo 2023. <https://www.storiemilanesi.org/>.

SITOGRAFIA

«**Storie Milanesi - Fondazione Pini**». Consultato 16 marzo 2023. <https://www.fondazionepini.it/storie-milanesi/>.

TEAM, IUSVE. «**LA DIGITALIZZAZIONE DELL'ARTE E DELLA CULTURA: TRA SPAZI IMMERSIVI E MULTISENSORIALITÀ**». Culture Digitali (blog), 3 giugno 2022. <https://www.culturedigitali.org/la-digitalizzazione-dellarte-e-della-cultura-tra-spazi-immersivi-e-multisensorialita/>.

«**Tecnologia Beacon: tutti i segreti svelati da NearIT**». Consultato 8 marzo 2023. <https://www.nearit.com/it/cosa-sono-i-beacon/>.

«**The Best in Heritage**». Consultato 8 marzo 2023. <https://presentations.thebestinheritage.com/2017/ask-brooklyn-museum>.

The Metropolitan Museum of Art. «**The Metropolitan Museum of Art**». Consultato 9 marzo 2023. <https://www.metmuseum.org/>.

«**The New Experience | Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum**», 13 giugno 2014. <https://www.cooperhewitt.org/new-experience/>.

«**The Wallace Collection - The Wallace Collection**». Consultato 18 febbraio 2023. <https://www.wallacecollection.org/>.

«**TOTI SUBMARINE VR EXPERIENCE**». Consultato 7 marzo 2023. <https://www.museoscienza.org/it/toti-submarine-vr-experience>.

Trevisan, Sabrina. «**Chat Game nelle case museo**». Case Museo di Milano, 10 marzo 2017. <https://www.casemuseo.it/chat-game-nelle-case-museo/>.

Vacca, Valentina. «**La cultura iper connessa. Il Museo 3.0**». Consultato 12 gennaio 2023. <https://www.unclosed.eu/rubriche/restore/restore-restauro-ricomposizioni-riciclaggio-remake/107-la-cultura-iper-connessa-il-museo-3-0.html>.

video mapping 360. «**Sidera Aurea - Video Mapping 360° | Palazzo della Ragione di Padova**». Consultato 7 marzo 2023. <https://www.sideraurea.it/>.

SITOGRAFIA

«**What Is DEMHIST | DEMHIST**». Consultato 9 febbraio 2023. <https://icom-demhist.org/what-is-demhist/>.

Zambonin, Alessandra. «**ANDARE AL MUSEO. MOTIVAZIONI, COMPORTAMENTI E IMPATTO**». *Observe Science in Society* (blog), 31 marzo 2002. <https://www.observe.it/andare-al-museo-motivazioni-comportamenti-e-impatto/>.

Zètema. «**L'Ara com'era** » Zètema». Consultato 7 marzo 2023. <https://www.zetema.it/attivita/lara-comera/>.

