

Modelli e tecnologie per valorizzazione il patrimonio culturale

Relatore: Andrea Pugliese

23 Maggio 2017, ore 15

FP1640985001
#Sharing3FVG

Sommario

- > Le conversazioni e i territori
- > Il primato del contenuto
- > La tecnologia
- > La narrazione
- > I modelli di business
- > Le basi della progettazione
- > Con esempi.



Culloden Battlefield (Scozia)

- > Un prato che ospitò nel 1746 una Battaglia
- > Nel 2009, palmari attivati da GPS con contenuti storici e narrativi

Museum of Broken Relationship (Zagabria)

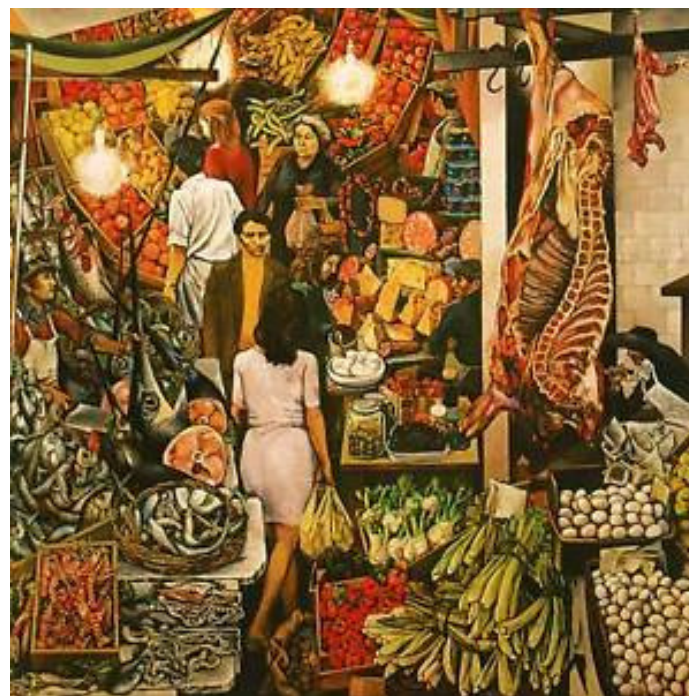


- > **Crowdsourcing** di oggetti e storie inviati e lasciati da visitatori.
- > Allestimento essenziale e tradizionale
- > **Attenzione al Design di conversazioni.**

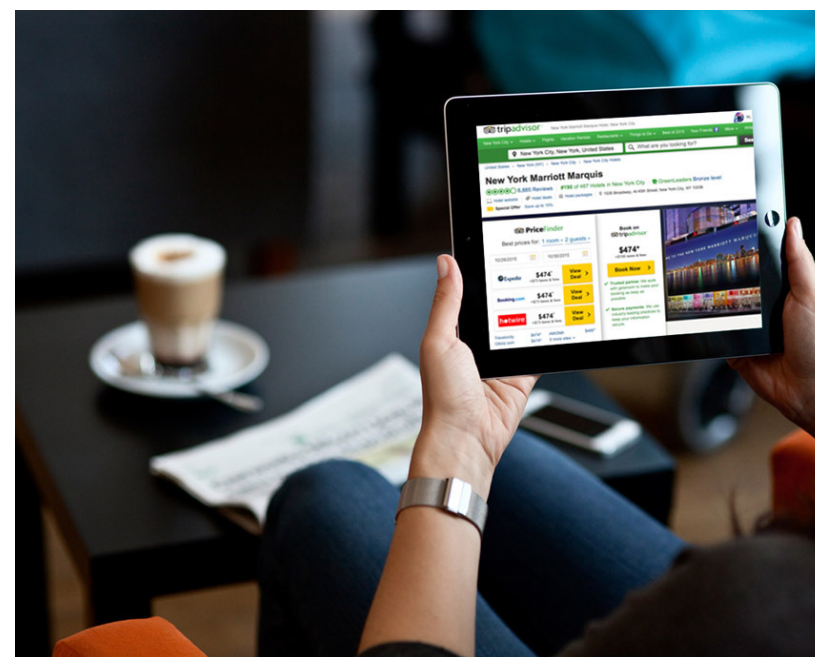
Il Cluetrain Manifesto (*un po' parafrasato*).

1. I mercati (*anche della cultura e del turismo*) sono conversazioni.

Grazie alla rete, diventiamo più informati, più intelligenti e più esigenti.



- > 9. Le conversazioni in rete fanno nascere nuove forme di organizzazione sociale e di **scambio della conoscenza**.
- > 11. Le persone nei mercati in rete possono ottenere **informazioni e sostegno più tra di loro**, che da chi vende.
- > 40. Se la cultura dell'impresa culturale finisce prima che inizi la comunità, allora **non ha mercato**.
- > 78. Volete i nostri soldi? **Noi vogliamo la vostra attenzione**



Perché...

- a. Il dialogo crea **fiducia e supera i confini**;
- b. Il dialogo **evidenzia e risolve l'errore** e consente innovazione;
- c. La tecnologia facilita le **sperimentazioni**, misura gli **impatti** e consente la scalabilità.
- d. Mix di **competenze** libera le potenzialità di narrazioni.



Tecnologie *ad hoc*?

- a. Le tecnologie non nascono per valorizzare i beni culturali ma per **giocare, misurare, 'rimorchiare', orientare, trasmettere, riprodurre, memorizzare, sedurre, stupire.**
- b. Sono intrinsecamente **bidirezionali**
- c. Il prodotto finale è sempre **personalizzato.**
- d. Il risultato è spesso puro **'Artigianato Digitale'**



Esempi

> Touchscreen

Informazioni Complementari
Interazione con i contenuti



> QR Codes, Traking

Informazioni Complementari
Interazione con i contenuti



> 3D

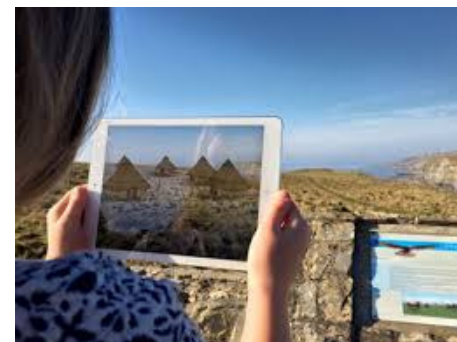
Informazioni Complementari
Interazione con le opere
Contenuti educativi
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive



Esempi

> **Realtà Aumentata**

Informazioni Complementari
Interazione coi luoghi
Contenuti educativi
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive



> **Geolocalizzazione**

Informazioni Complementari
Interazione col luogo



> **Beacon**

Informazioni Complementari
Interazione con le opere
Contenuti educativi
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive



Esempi

> Sensori e strumenti monitoraggio

Interazione con le opere
Contenuti educativi
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive



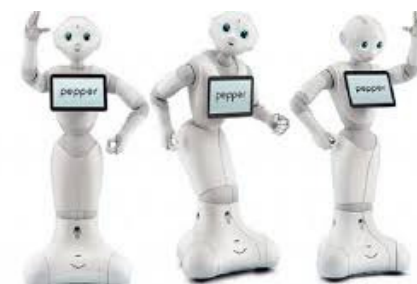
> Wearable

Informazioni Complementari
Interazione con le opere
Contenuti educativi
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive



> Robot

Informazioni Complementari
Interazione con le opere/luoghi
Esperienze formative
Interazione con i contenuti



Esempi

> Realtà Virtuale

Informazioni Complementari
Riproduzione coi luoghi
Contenuti educativi/ludici
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive



> Labs

Interazione i luoghi
Esperienze educative
Interazione con i contenuti
Esperienze immersive
Co-Creazione



> Piattaforme web

Informazioni Complementari
Interazione con Stakeholder
Contenuti educativi
Co-Creazione
Co-Funding



Tecnologia per Attivare i visitatori

In questo modo i visitatori sono:

- Fruitori
- Progettisti
- Ambasciatori
- Valutatori
- Fornitori



Tecnologia e nuovi modelli di Business



Nascono:

- Merchandising specifici
- Servizi pre e post visita
- Servizi per nuovi target
- Servizi Premium e Freemium
- Mercato dei dati
- Crowdfundig (anche per Art Bonus)
- Revenue Sharing

La Narrazione.

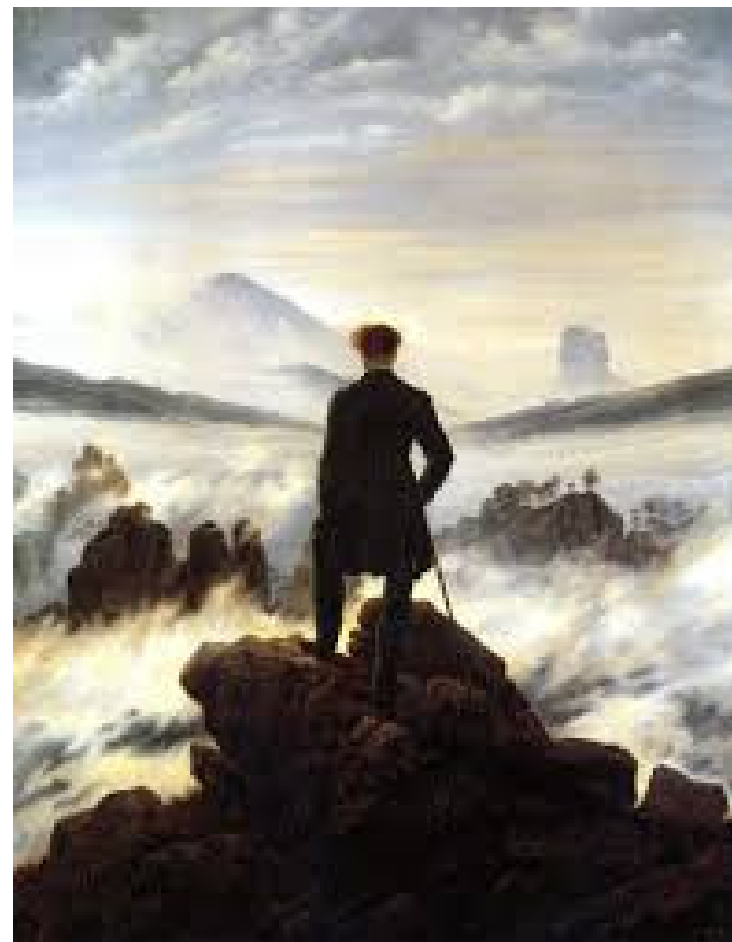


Per:

- a) Non per convincere ma **coinvolgere e educare**
- b) Creare una **concezione** dell'evento, del luogo.
- c) Legare a valori **identitari** (*col rischio di dividere*);
- d) Attivare pensiero laterale e **connessioni** col vissuto
- e) Attivare la voglia di **interagire, di esserci.**

Il Progetto narrativo deve

- > **essere unico e avere dei contenuti inaspettati.**
- > **svilupparsi muovendo emozioni** con conflitti, soluzioni, tensioni, misteri e rivelazioni;
- > **parlare del pubblico,** trasformandolo in un eroe parte della storia
- > **creare connessioni** con la vita reale,



I passaggi progettuali

1. Mappa Mentale del visitatore
2. Modello concettuale dei contenuti
3. Design delle Interazioni
4. Architettura dei contenuti principali e di approfondimento
5. Interfaccia Utente relativa a spazi, oggetti, tecnologie

(da Storyfactory.it)



Maternale – Storie Cellulari *(Matera 10-11 dicembre 2016)*



Stupore materano

Storia cellulare
a cura del collettivo NøB

Trasmessa via WhatsApp
in diretta dal Matera Design Weekend
alle ore 22.00 del 9 dicembre 2016

STUPORE MATERANO

solo un venditore ambulante... Tanti sacrifici per nulla».
«Io ho la mia vita».

[18] «La vedo, la tua vita. Un fallimento dietro l'altro. Hai deluso me come figlio, Giada come marito, Giovannino e Paride come padre, tutti gli amici, e avresti di certo deluso le amanti che neppure hai avuto. A chi è servito questo tuo esistere? E oggi? Hai deluso te stesso finendo in una città preistorica fatta di pietre».

Primo trattiene la rabbia, ma non le lacrime.
«La mia vita l'ho copiata dalla tua! Ogni mio fallimento è stato anche il tuo...».

Il padre molla la presa sulla borsa e in quel momento una voce di donna parla da dietro una tenda svolazzante.

[19] GIOVANNI E PRIMO! FINITELA, PER UNA BUONA VOLTA. BASTA! LA VITA VI GUARDA E VOI LE CHIUDETE GLI OCCHI IN FACCIA! [audio]

[20] Sua madre. E la sua bella frase, che da un sempre lontanissimo dell'infanzia gli teneva compagnia nei momenti di sconforto. «La vita vi guarda e voi le chiudete gli occhi in faccia!». Era da tanto che non la ascoltava, soprattutto pronunciata dalla sua voce. Apriteli, finalmente, e guardate... Primo si incanta a guardare qualcosa fuori dalla porta.

Aspetto il proseguo, questi salti di tempo all'inizio mi hanno stordito quasi fossi io rimasto senza fiato per l'inseguimento. Sono nei balzi nella testa di quest'uomo perso nella sua vita... aspetto il seguito

- Racconti dal territorio, via liste broadcast di WhatsApp
- 2 storie originali, circa 20 post ciascuna, foto, audio;
- Scritte durante il giorno, in città, coinvolgendo persone
- Trasmesse dalle 22 alle 24 a 300 persone iscritte;
- Oltre 120 interazioni: versioni alternative, commenti, foto ...

Ci sei: Una esperienza 'diversa', Virtuale e Aumentata
Tecnologia ETT al servizio del rigore archeologico
Visori VR per fruizione individuale
Business Model che ottimizza il tempo di visita
Rapporto pubblico-privato rispettoso dei ruoli



L'ARACOM'ERA

The Great Escape - Svizzera



- > Collegamento bidirezionale da stazione ferroviaria a paesello di montagna
- > Grande effetto mediatico virale
- > Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=I8Y5MDVhZDQ>

Museo della Battaglia delle Egadi (Favignana)



- > Un conflitto
- > Pochi reperti di difficile lettura
- > Una storia potente e unica di uomini e mezzi
- > Sala immersiva con proiezioni, ricostruzioni, trame

Grotta di Chauvet (Francia)



Riproduzione 1:1
27 affreschi
2km dall'originale
Mai aperto al pubblico

Via Francigena Entry Point



- > Tu sei protagonista
- > Narrazione immersiva della Via Francigena con videomapping, schermi touch, etc
- > Business model nuovo con integrazione di ricettività e ristorazione

Kapfemberg (Austria)



- > Paesino come tanti balzato all'attenzione
- > Lipdub sulle note di «Life is Life»
- > Gamification per Crowdsourcing con oltre 6000 persone
- > Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=A2thPGWVELE>



Grazie

Andrea Pugliese
anpu313@gmail.com
www.andreapugliese.it