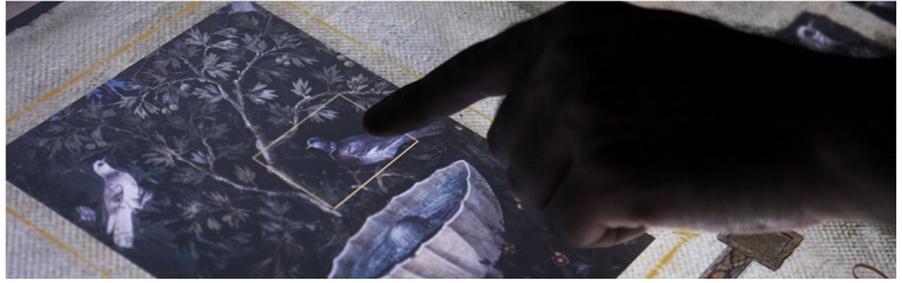


# Virtual Museums

Una ricerca  
sui  
Musei  
Virtuali



Università degli Studi di Firenze  
Facoltà di Architettura  
A.A. 2010/2011

Corso di Allestimento e Museografia

Prof. Arch. Giacomo Pirazzoli  
Coll. arch.tti: Ferdinando Adorno, Noemi Casula,  
Eric Medri, Jacopo Sbolci

A cura di:  
ALESSANDRO MASETTI  
CHIARA MASINI  
GILDA CONVERTINO  
SILVIA MONETI

# Indice

## Premessa

- Progetto
- Musei Virtuali
  - Storia dei musei virtuali
  - -“Museo Virtuale” come replica del museo reale
    - Analisi di alcuni esempi
  - -“Museo Virtuale” come archivio elettronico
    - Analisi di alcuni esempi
  - -“Museo Virtuale” come completamento del museo reale
    - Analisi di alcuni esempi
  - -“Museo virtuale” come spazio esistente esclusivamente sul web
    - Analisi di alcuni esempi
- Musei interattivi
  - Analisi di alcuni esempi
- Conclusioni
- Risorse
- Bibliografia
- Team

# Premessa

Il progetto affronta il tema dei musei virtuali con lo scopo di offrire un panorama più ampio sulla tematica, soprattutto per la mancanza e la difficoltà di accesso ad informazioni simili su internet. Progetto rivolto a tutti coloro che si interessano della materia museale, ma anche a studenti che intendano affrontare l'argomento e quindi anche a semplici visitatori del web in cerca di informazioni. Si tratta di una visione d'insieme delle varie tipologie, affiancata da alcuni dei più interessanti esempi di musei virtuali attualmente presenti in rete. Le riflessioni sviluppate derivano da un'analisi sul ruolo che internet assume in tale contesto, in quanto sta mettendo in discussione la realtà museale, ma al tempo stesso si rivela in grado di valorizzare le opere d'arte in esso contenute. Parallelamente alle classiche modalità di valorizzazione delle opere (esposizioni temporanee e permanenti, cataloghi e pubblicazioni, prodotti elettronici, merchandising, siti internet) nell'ultimo decennio vangono offerte anche banche dati, spazi 3d interattivi, cataloghi on line ad alta risoluzione. La tecnologia e l'informazione possono quindi creare nuovi canali di afflusso della clientela museale?



# Il Progetto

Lo scopo di questa ricerca è quello di fornire una vista d'insieme sull'attuale panorama museale e quindi contribuire alla conoscenza di nuovi metodi di approccio alla cultura.

Il team di ricerca ha analizzato progetti che integrano la visualizzazione virtuale dei contenuti museali e la fruibilità al patrimonio culturale da parte degli utenti.

Focalizzando la nostra attenzione su numerosi punti di rilevanza sociologica ed economica, si è giunti alla conseguente formulazione di numerosi interrogativi, mettendo in discussione anche l'istituzione stessa del museo tradizionale.

Attraverso le ultime tendenze, secondo cui il museo, muovendosi sempre più verso il mondo del tempo libero e degli eventi culturali, può essere ancora considerato lo strumento di diffusione delle conoscenze sul patrimonio?

Internet, con la sua capacità di diffusione su larga scala, mette in discussione la stessa modalità di acquisizione delle informazioni, e della conoscenza del patrimonio culturale? Si tratta ancora di ricerca analitica della conoscenza o solo di presa visione di una conoscenza già consumata e concessa alla massa in maniera sintetica?

Che cos'è quindi il patrimonio culturale? E a chi appartiene?

## La percezione dell'arte nel museo virtuale

L'evoluzione dell'istituzione museale nel tempo e le attuali innovazioni tecnologiche lasciano scorgere uno spiraglio di trasformazione radicale nella percezione stessa dell'oggetto contenuto nel museo. Con uno sguardo al passato, è possibile affermare che già dalla fine dell'800, i musei sono sempre stati un'istituzione criticata e al contempo voluta.

Parafrasando Camillo Sitte nel suo saggio "L'arte di costruire le città", i musei dopo aver depauperato le città delle loro opere, sono recepiti come "zoo dell'arte": l'opera d'arte, intesa originariamente come oggetto scelto e realizzato per esistere in un certo luogo ed essere percepito in quel dato spazio, si trasforma in caso studio da osservare, come in uno zoo.



## Il contributo della tecnologia

Il contributo della tecnologia nel campo museale permette di realizzare realtà virtuali, come se si trattasse di un museo nel museo il cui accesso non avviene attraverso una porta, ma da uno schermo. Visitabile quindi in ogni momento e da qualunque luogo si potrà osservare lo spazio usando un avatar e le opere stesse non essendo più reali, ma immagini bidimensionali ossia pixel colorati aventi una massa virtuale, saranno inseriti in cataloghi anch'essi virtuali, completi di descrizioni, video, confronti per cui con pochi click l'accesso alle informazioni avverrà senza il minimo sforzo.

Attualmente ci chiediamo se tutto ciò fornisca realmente un valore aggiunto, o sia solo la riproduzione sul web di cataloghi o visite di uno spazio irreali.

## **Realtà virtuale vs reale realtà**

Dal punto di vista della loro organizzazione è naturale pensare che i musei stanno subendo grandi cambiamenti. Ma che ne sarà dei musei di mattoni e cemento?

I musei virtuali saranno una forma di pubblicità, di copertina di un libro o assumeranno una loro identità indipendente dal reale?

Il progetto di un museo virtuale che coinvolge l'intero patrimonio culturale mondiale è oggi realizzabile?

Garantendo la loro presenza online probabilmente i musei aumenteranno la presenza di visitatori, ma questa volta reali.

# Tipologie di Musei Virtuali

## Musei e visitatori: i numeri

Secondo i dati forniti dal SISTAN (Sistema Statistico Nazionale) e dall'Ufficio Statistico del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, il numero dei visitatori dei musei – includendo in questa categoria anche monumenti, siti archeologici, ecc – sta aumentando continuamente.

Tuttavia risulta evidente che un numero ridottissimo di musei richiama la quasi totalità dei visitatori: è il fenomeno dell'“**oligopolio**”. La predilezione dei visitatori nei confronti di alcuni musei non si basa però sul “contenuto” di questi, ma sul “contenitore”, sull'attrattiva che esercita grazie al suo “brand name”, ossia al marchio!

## Il “brand name” dei musei

Perseguendo lo scopo di aumentare l'interesse verso il “contenitore-museo” piuttosto che verso le opere d'arte che esso ospita, si è giunti in varie occasioni alla totale perdita di efficacia dell'allestimento, il quale non risultava più in grado di esplicitare il significato intrinseco delle opere.

Un oggetto creato per comunicare – come un dipinto, una scultura, un manoscritto, ecc – non interpretato o interpretato erroneamente, non trasmette più cultura e conoscenza, ma solamente ignoranza.

L'ottimizzazione della comprensione è sempre stata un compito spettante alle istituzioni museali, le cui finalità espositive sono spesso state rivolte a permettere l'analisi comparativa delle opere; tuttavia questa risulta essere una pratica “da studiosi per studiosi”, non volta a ristabilire il circuito comunicativo dell'oggetto preso in considerazione.

Tale circostanza è aggravata dai seguenti fattori:

- all'interno dei musei, l'opera d'arte è costretta in un nuovo contesto, in cui valgono criteri di lettura molto diversi da quelli del contesto originario. Ad esempio nella chiesa o nel palazzo per cui erano stati dipinti, i quadri avevano precise correlazioni ed il compito di trasmettere messaggi selezionati; in una pinacoteca al contrario, vengono accostati e confrontati con altri quadri e sollecitati a comunicare i percorsi storico-artistici individuati dagli studiosi o dagli storici dell'arte;
- i tempi di una visita devono rispettare le esigenze e gli andamenti di un flusso, non permettendo così di sostare a lungo di fronte ad un'opera per comprenderla al meglio;
- infine, curatori e storici dell'arte non si affiancano frequentemente a professionisti competenti nel campo della comunicazione visiva, che potrebbero migliorare la comprensione delle opere esposte.

## I rimedi

Per migliorare tale situazione, sarebbe necessario attuare un progetto basato sui punti seguenti:

- costituire un team che si occupi della comunicazione dei significati delle opere;
- affiancare al “**team comunicazione**” un gruppo di curatori e storici dell'arte che contemporaneamente progettino l'allestimento della mostra;
- sottoporre il progetto finale ad un vaglio valutativo esterno.

## Lo scopo: divulgazione/fruizione/valorizzazione/comprendimento

Oggi la comunicazione del significato di un'opera avviene sotto forma di visita guidata, di conferenza preparatoria, di schede illustrative reperibili in ogni sala: in ogni caso discorsi verbali e alquanto di visivo.

La sostanza di questi discorsi poi, tende a rispettare l'approccio analitico del curatore e dello

storico.

E' proprio su tale questione che bisogna andare a intervenire

E' possibile e auspicabile proporre uno **sviluppo a elevato contenuto tecnologico**, purché strumentalmente essenziale e ben giustificato rispetto all'obiettivo della trasmissione culturale.

Chi riuscirà ad raggiungere tale scopo otterrà un risultato socio-culturale immediatamente percettibile: musei, siti archeologici e monumenti diventeranno luoghi di apprendimento e formazione, di istruzione per i giovani, di permanente educazione per gli adulti.

# Storia dei musei virtuali

Il primo passo fu mosso in ambito accademico, quando lo studente americano Nicolas Pioch ideò e realizzò un network di diffusione delle opere d'arte chiamato [WebMuseum](#), premiato come Best of Web '94 award for Best Use of Multiple Media. La sezione più frequentata del WebMuseum è la sua [collezione di riproduzioni di quadri celebri](#) suddivisi per periodo, scuola, artista. Ogni sezione inoltre è accompagnata da apparati critici con biografie e indicazioni sulla scuola pittorica o sul periodo storico. Con l'avvento di WebMuseum le gallerie d'arte in rete si sono moltiplicate e sono stati avviati progetti per costituire network per la fruizione on-line delle opere d'arte e dei beni culturali offrendo perciò agli stessi musei uno strumento di riqualificazione della loro funzione sia essa conservativa, divulgativa, promozionale o didattica. Inizialmente il web presentava limiti nella visualizzazione di immagini ad alta risoluzione e di filmati, così come nella possibilità di spostarsi in tempo reale in ambienti tridimensionali a buona risoluzione. Tali limiti hanno fatto sì che il media comunicativo rimanesse ancora il testo scritto e che l'interattività fosse ancora molto limitata, ma ad oggi questo "freno tecnico" è stato ampiamente superato. Un aspetto particolare dell'avvento dei virtual museums è stato l'ingresso nel digitale da parte dei musei reali con i propri portali on line. I principali musei del mondo si sono dotati di siti sempre più importanti e complessi, non limitandosi a presentare le collezioni e le attività ma identificandosi come luoghi di attività e sperimentazione tecnologica, di shopping, di esperienze on-line. I siti web dei musei riflettono, infatti, la molteplicità di funzioni che oggi il museo è chiamato ad assolvere nella società: luogo di conservazione, di mostre temporanee, di conferenze e congressi, di svago, di merchandising. In questa situazione comunicare efficacemente, anche sul web, diventa centrale; ed ecco che il tema della qualità dei siti web culturali si fa sempre più importante. Negli anni si è avuto la possibilità di assistere alla definizione di più tipologie di musei virtuali proprio in base alla richiesta diversificata di modalità di fruizione dell'opera:

- [Museo virtuale come replica del museo reale](#)
- [Museo virtuale come archivio elettronico](#)
- [Museo virtuale come completamento del museo reale](#)
- [Museo virtuale come spazio esistente esclusivamente sul web](#)

# 1. “Museo Virtuale” come replica del museo reale

**I visitatori:** quando il “virtual museum” si riferisce ad un’entità che non esiste solo sul web, ma anche nella realtà, sembra evidente che i visitatori del sito debbano esser identificati fra coloro che conoscono o hanno avuto contatto con l’entità reale.

**I contenuti:** in questo caso il museo viene riprodotto nella sua totalità, con tutti i suoi ambienti; attraverso modellazioni 3D e fotomontaggi è possibile visitare ciascuna sala, avvicinare e ingrandire una parte delle opere esposte, accompagnate da una descrizione dettagliata.

**I vantaggi e gli svantaggi:** la trasposizione sul web della collezione museale può essere parziale o totale. Essa può essere inserita in un catalogo o all’interno della struttura fisica del museo riprodotta digitalmente.

Le ricostruzioni di ambienti archeologici o la realizzazione di contenitori espositivi tridimensionali permettono: l’accesso a monumenti difficilmente raggiungibili perché situati in luoghi remoti o inaccessibili al pubblico; la riproposizione di realtà e oggetti non più esistenti dei quali sono rimasti solo frammenti; una fruizione senza confini spazio temporali portando l’oggetto all’utente; la ricontestualizzazione degli oggetti.

Vedere un quadro o un oggetto su uno schermo di computer, nonostante tutta la definizione di cui possiamo attualmente disporre, non genera certo l’impressione percettiva che si ha sul posto, e siccome si tratta di oggetti in cui la precisione, il dettaglio, la specificità è di norma molto elevata, risulta un handicap non da poco.

Dalle statistiche sembra che se il sito del museo offre la limitata esperienza paragonabile allo sfogliare un catalogo, gran parte dei potenziali visitatori preferisce non visitarlo affatto. Invece, per una persona impossibilitata ad effettuare una visita reale al museo, è interessante poterlo visitare anche solo virtualmente, augurandosi di provare una vera e propria “esperienza museo”.

Questa tipologia di sito museale è forse la più diffusa, avendo probabilmente come base l’idea del “museo in piccolo”, contenente tutte le opere e le vere sale, anche se la differenza di scala e di mezzo non conserva la qualità specifica dell’esperienza.

## Analisi di alcuni esempi

- [Smithsonian National Museum of Natural History](#)

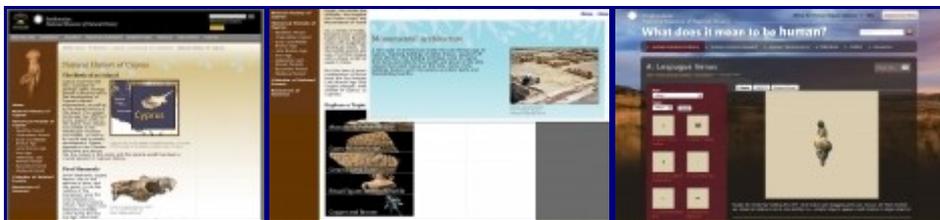
Washington D.C.

**Offerta:** Il sito ufficiale dello Smithsonian National Museum of Natural History è suddiviso in otto sezioni. Le più interessanti per la nostra analisi sono: Plan Your Visit ed Exhibitions.

In [Plan Your Visit](#) oltre alle informazioni generali riguardanti i servizi e gli orari d’ingresso al museo è presente la sezione [Virtual Tour](#) nella quale è possibile visitare l’intero museo riprodotto con fotomontaggi panoramici applicati ad una modellazione 3D. L’[interfaccia del virtual tour](#) è interattiva: oltre a scegliere il percorso di visita tramite la mappa a scomparsa posta in alto a destra, è possibile cliccare su alcuni oggetti ed aprire finestre secondarie di approfondimento con immagini ad alta definizione, video e clip audio.



In [Exhibition](#) si possono avere informazioni generali riguardanti le mostre temporanee, che a loro volta sono virtualmente visitabili, ma sotto forma di “[Museo Virtuale come completamento del Museo Reale](#)” poiché non sono contestualizzate in una modellazione 3D, né si possono considerare cataloghi onnicomprensivi delle opere esposte, ma dei veri e propri approfondimenti tematici. Le mostre infatti sono organizzate in sezioni e in alcune di esse è possibile consultare vere e proprie collezioni 3D e finestre integrative su argomenti correlati.



- [Museo Galileo](#)

Firenze

**Offerta:** il museo mette a disposizione dei visitatori un'area virtuale organizzata in più categorie: è possibile approfondire la conoscenza degli oggetti classificati scegliendo da un elenco alfabetico, guardando i video secondo le aree tematiche ai quali appartengono, oppure seguendo l'ordine delle sale del museo. Il sito è disponibile anche in lingua inglese.



La visita virtuale alle [sale](#) avviene mediante la visualizzazione di video accompagnati da un testo descrittivo, entrambe scaricabili.



Il resto delle sezioni del museo virtuale sono elenchi in ordine alfabetico.

La sezione [oggetti](#) riporta le schede di tutti gli oggetti presenti nel museo, mentre la sezione dei [video per aree tematiche multimediali](#) ricostruisce i contesti e le tematiche di riferimento degli oggetti esposti, consentendo un' esplorazione delle collezioni per soggetto.

Infine è possibile scaricare in formato .pdf il catalogo completo del museo.

- [Instituto Nacional de Antropología e Historia](#)

Messico

**Offerta:** L' "Instituto Nacional de Antropología e Historia" (INAH) ha realizzato il tour virtuale di 45 luoghi d'interesse in Messico: musei, esposizioni e siti archeologici, attraverso la composizione di foto scattate a 360°.

Durante il tour compaiono finestre con spiegazioni integrative, nonché frecce per decidere autonomamente il percorso di visita.



- [The Virtual Museum of Iraq](#)

Baghdad

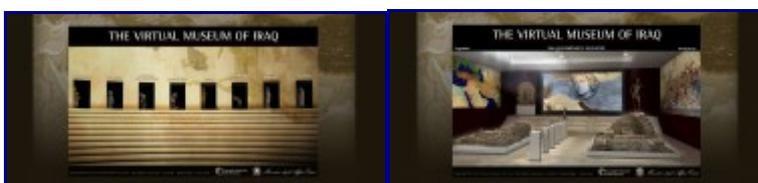
**Offerta:** è la ricostruzione del **Museo Nazionale Iracheno**, il principale museo di Baghdad.

Le collezioni del museo sono tra le più importanti al mondo, con alcuni reperti che risalgono a più di 5000 anni fa, suddivisi in 28 tra gallerie e sale.

Il sito ripropone solo 8 sale divise cronologicamente per epoche, dalla preistoria alla Bagdad islamica, in cui sono fruibili solo poche opere scelte tra quelle sopravvissute ai diversi saccheggi avvenuti nell'aprile 2003.



Il visitatore viene accolto da un video introduttivo che spiega brevemente la storia del museo. Nella schermata principale ci troviamo di fronte ad un atrio virtuale dal quale possiamo scegliere le varie sale.

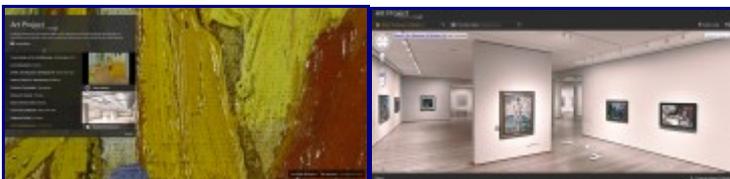


Entrando in una sala si viene accolti da un inquadramento storico e geografico, è possibile scegliere il reperto da studiare, il quale può essere esplorato con un applicazione che permette di ruotarlo e visionarlo completamente, oppure accedendo ad una scheda tecnica esplicativa. In qualche caso è disponibile anche un filmato.



- [Google Art Project](#)

**Offerta:** il sito propone una visita virtuale alle sale di alcuni musei, riprendendo il concetto già visto in Google Street View.



Scelto il museo da un menù a tendina sulla sinistra, si può optare per vedere l'opera principale del museo, che un cursore consente di ingrandire fino a visualizzarne i particolari ad risoluzione elevata, oppure si può visitare la sala proprio come se ci si trovasse al suo interno.



Altri siti interessanti:

- [Istituto archeologico di Goettingen](#)
- [Villa rustica di Hechingen-Stein](#)
- [Cappella Sistina](#)
- [Casa Buonarroti – Firenze](#)

## 2. “Museo Virtuale” come archivio elettronico

**I visitatori:** questo genere di sito non risulta utile al visitatore comune, il quale non ha le motivazioni che lo spingano a cercare tra l'enorme quantità di materiale documentario relativo all'oggetto che ha visto all'interno del museo reale. Il desiderio di arricchire e approfondire la propria conoscenza presuppone una soddisfacente comprensione dell'oggetto stesso che non sempre è possibile nella realtà. Statisticamente è dimostrato che la visita a questo tipo di sito si ha solo a visita reale avvenuta, mentre i potenziali visitatori preferiscono evitare questo tipo di “cataloghi virtuali”.

**I contenuti:** il valore aggiunto è fornito dalle scrupolose nozioni raccolte nelle schedature complete delle opere: dati di provenienza, le fonti originali, la letteratura critica, le notizie di complemento, il confronto con opere dello stesso autore/periodo/ambiente tramite ipertesti, link e riferimenti ad altre raccolte museali digitalizzate.

**I vantaggi e gli svantaggi:** La ricchezza di informazioni è certamente un vantaggio e permette una completa, se non totale, conoscenza dell'opera. Tuttavia il visitatore comune può risultare spesso disorientato di fronte ad una grandissima quantità di dati che necessitano di una conoscenza di base, perciò ha bisogno di esser guidato nella scelta degli approfondimenti, con informazioni essenziali alla comprensione dell'oggetto, comunicate in modalità efficace e accattivante per stimolarne la curiosità.

### Analisi di alcuni esempi

- [SFMOMA – San Francisco Museum of Modern Art](#)

San Francisco

**Offerta:** Il sito web del SFMOMA è diviso in sette sezioni, ma la nostra analisi è incentrata esclusivamente sul catalogo presente in [Explore Modern Art](#). Attraverso l'applicazione [SFMOMA Artscope](#), caratterizzata da un'accattivante interfaccia, è possibile accedere ad un catalogo virtuale delle opere presenti nella collezione del museo. Cliccando sulla barra laterale è possibile avere una panoramica generale delle opere e zoomando sulla singola opera si accede alla scheda analitica. Attraverso tags e link è possibile vedere: opere dello stesso artista presenti nella collezione, opere realizzate con la stessa tecnica, opere con soggetti simili o realizzate nello stesso anno.

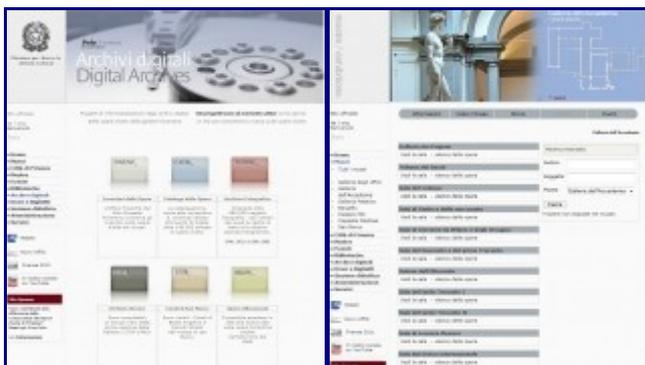


- [Archivi digitali del polo museale fiorentino](#)

Firenze

**Offerta:** Il progetto è finalizzato alla informatizzazione degli archivi digitali delle opere d'arte delle gallerie fiorentine. Attualmente sono attivi sei progetti riguardanti rispettivamente: inventari delle opere, catalogo delle opere, archivio fotografico, archivio storico, corali di san marco, opere alluvionate. Si tratta quindi di un grande archivio informatico, organizzato per

categorie, in cui è fondamentale la ricerca diretta e mirata dell'opera da parte dell'utente. Il sito filtra tra tutte le opere quella richiesta dall'utente dopo aver inserito i diversi parametri.



- [Musée du Louvre](#)

Parigi

**Offerta:** all'interno del sito è possibile trovare le opere del Louvre catalogate e organizzate in 9 dipartimenti. Ciascuna opera è accompagnata da una scheda informativa, infatti l'obiettivo di questo catalogo online è quello di permettere e godere di una lettura estesa ed incrociata delle opere. E' inoltre offerta agli utenti la possibilità di creare uno [spazio personale](#), ossia un account dove è possibile comporre album con le immagini scelte all'interno delle collezioni, arricchendole di testi e quindi consultabili successivamente mediante l'area personale.



- [VMC – Virtual Museum of Canada](#)

**Offerta:** Il sito internet si propone come un catalogo dei musei, mostre e esposizioni locali diffusi sul territorio canadese. Tale piattaforma nasce principalmente per permettere un'esplorazione più agevole delle risorse storiche e culturali canadesi. E' possibile in tal senso navigare attraverso altri siti internet come ad esempio il museo della [storia dei nativi americani](#).



Altri esempi interessanti:

- [Collezione archeologica – Graz](#)
- [Museo di Dubrovnik](#)
- [Gliptoteca danese](#)
- [Museo egizio](#)
- [Collezioni del museo fiorentino di anatomia](#)

### 3. “Museo Virtuale” come completamento del museo reale

**I visitatori:** hanno dimestichezza con il web, non sentono la necessità di vivere l'esperienza *museo reale* e sono interessati all'approfondimento dell'aspetto teorico culturale che offre questo tipo di museo.

**I contenuti:** sono esposizioni tematiche in cui sono messe a confronto opere provenienti da ogni parte del mondo, legate concettualmente tra loro da un tema, una caratteristica. Si può configurare come mostra virtuale con la riproduzione di un luogo immaginario, ma progettato attraverso modellazione 3D, oppure molto più comunemente, può trattarsi di una fotogallery con le opere e le relative spiegazioni.

**I vantaggi e gli svantaggi:** Il museo è caratterizzato proprio dal fatto di avere una certa collezione, e cioè una limitatezza relativamente alle opere. Questo costituisce la sua storia, la sua identità, e determina la sua specificità (e spesso il suo ruolo) rispetto agli altri musei.

#### Analisi di alcuni esempi

- [Web Gallery of Art](#)

Online opensource

**Offerta:** Il sito è una gallery virtuale in cui sono esibite opere provenienti da ogni parte del mondo ed è organizzata in quattordici sezioni, tra cui:

Artists – Permette di realizzare una lista di artisti personalizzata secondo dei filtri come scuola, periodo, epoca o professione.

Search – Permette di realizzare una lista di artisti secondo filtri specifici con i nomi degli artisti in catalogo.

Tours – Sono itinerari studiati o in base a luoghi realmente esistenti o tematicamente.

Glossary – Glossario utile per capire tutte le parole riportate nelle spiegazioni.



- [Artchive](#)

Online opensource

**Offerta:** Galleria d'arte virtuale realizzata da Mark Harden. Caratterizzata da un'interfaccia semplice ed organizzata in sei sezioni :

[The ArtChive](#) – indice di movimenti e correnti artistiche complete di spiegazioni e foto con più di 2000 file disponibili.

[Galleries](#) – galleria virtuale in cui sono esposte le opere in sezioni differenziate che simulano le sale di un museo reale, così è possibile visitare il giardino delle sculture, la prima mostra degli Impressionisti.

[Theory and Criticism](#) – analisi di importanti opere tratte dai saggi dei più rinomati critici d'arte.

[Links](#) – serie di link esterni suddivisa in categorie: museums, artists, resources.

[Juxta Position](#) – sezione dedicata ai confronti di opere di artisti ed epoche diverse, ma rappresentanti lo stesso tema.



- [IMAMUSEUM – Indianapolis Museum of Art](#)

online resource

**Offerta:** la sezione didattica del museo offre on line delle mostre tematiche complete di approfondimenti e immagini che guidano il visitatore alla conoscenza dei significati degli oggetti presenti nel museo reale. La mostra [Cycles-African Life Through Art](#) presenta la cultura africana contestualizzando oggetti e opere d'arte nel loro utilizzo comune attraverso filmati e foto.



- [Christus Rex](#)

online resource

**Offerta:** gallery dei luoghi Cristiani corredati di spiegazioni e commenti, dalla Città del Vaticano alla Terra Santa, dalla ricostruzione virtuale degli itinerari delle Crociate alle terre nominate nella Bibbia sulla base di [mosaici](#) presenti in antichi santuari.



## 4. “Museo virtuale” come spazio esistente esclusivamente sul web

**I visitatori:** Coloro che visitano tale tipologia di musei virtuali sono artisti emergenti in cerca di uno spazio virtuale nel quale esporre le proprie opere, oppure giovani interessati ad oggetti d’arte contemporanea non facilmente visibili all’interno dei grandi musei.

**I contenuti:** Giovani artisti possono iscriversi gratuitamente al sito e rendere così visibili le proprie opere su larga scala, senza necessità di affittare gallerie d’arte, chiedere permessi, organizzare esposizioni.

**I vantaggi e gli svantaggi:** Pittori, scultori, grafici, fotografi, performers, scrittori, musicisti che non sarebbero altrimenti in grado di organizzare esposizioni o eventi, trovano in questi siti un mezzo facile e a costo zero per render fruibili le loro opere. Possono inoltre entrare in contatto con altri artisti, scrivere commenti, votare l’opera del mese.

Alcuni siti offrono ulteriori possibilità, ad esempio quella di partecipare a concorsi o all’assegnazione di borse di studio.

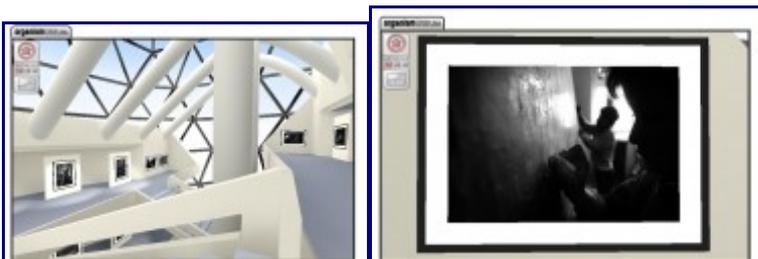
### Analisi di alcuni esempi

- [ORGANISMuseum](#)

Spazio web

**Offerta:** Organizzato come un blog in cui è possibile osservare le opere di artisti emergenti che non potrebbero altrimenti farle conoscere, si configura come uno spazio museale virtuale impiegato come mezzo di divulgazione di cultura popolare a basso costo.

Caratterizzato da un’interfaccia grafica molto agile, mette a disposizione uno spazio museale identico per ciascuna esposizione.



- [MUseo Virtuale Arte Contemporanea](#)

Spazio web

**Offerta:** Il sito è diviso in otto sezioni, le più importanti da analizzare sono [“Sale”](#), [“Artisti”](#) e [“Best Artist”](#)



Nella sezione [“Sale”](#) si può scegliere quale dei tre piani visitare del museo virtuale, divisi in Fotografia, Pittura, Grafica e Video. Effettuata la scelta della sala ci si trova davanti ad un interfaccia interattiva che vuole simulare una parete su cui sono esposte le opere. Grazie ad alcuni cursori è possibile scorrere e scegliere l’opera da fruire.



In [“Artisti”](#) sono presenti tutti coloro che espongono almeno un’opera nel museo, divisi per tipologie di arti. Esiste anche un premio per [“Best Artist”](#) consegnato dalla critica e [“Best Artist”](#) per maggior numero di votazioni on-line.



Chiunque voglia entrare a far parte della galleria come artista può farlo facendone richiesta. Il sito è completato da un Guestbook in cui lasciare i propri commenti e una sezione in cui è possibile richiedere informazioni.

- [Artegiovine-Il Catalogo dei Giovani Artisti](#)

Spazio web

**Offerta:** Il sito è una galleria virtuale in cui sono esibite opere di giovani artisti ed è organizzata in sedici sezioni, tra cui:

[Galleria degli artisti](#)- Permette di prendere visione delle opere di tutti gli artisti e effettuare una ricerca filtrata per nome dell'autore, per regione o per categoria.

[Concorsi e opportunità](#)- Sezione dove sono pubblicati tutti i concorsi e le borse di studio per artisti.

[Artista del mese](#)- Ogni mese viene selezionato un artista della galleria. In questa sezione si trovano un presentazione del lavoro dell'artista e un breve portolio, correlato di pareri della critica.



- [Semisolid](#)

Spazio web

**Offerta:** Si definisce come una galleria d'arte on-line, divisa in numerose sezioni, ciascuna con caratteri particolarmente interessanti. Il concetto d'arte viene infatti presentato sotto tutte le sue forme: si spazia dalla pittura alla scultura, dalla fotografia alle installazioni, dalla digital art alla musica indipendente, dal design all'artigianato, per finire con poesie e racconti.

Organizzato in maniera chiara e schematica permette di effettuare ricerche mirate; iscrivendosi alla newsletter è possibile commentare gli artisti iscritti al sito, leggere le ultime news e aggiornamenti. Rappresenta quindi un'ottima piattaforma di lancio per artisti emergenti.



Altri siti interessanti:

- [GAI-Giovaniartisti.it](#)
- [Crezine](#)
- [Ambientarti Arte a 360°](#)
- [Artantis il portale dell'Arte](#)

# Museo interattivo

**I visitatori:** per rendere la visita all'interno del museo più accattivante e dinamica, alcuni curatori hanno realizzato allestimenti virtuali ed interattivi. Il visitatore è coinvolto appieno nell'esperienza museo, in quanto la percezione degli oggetti e la loro comprensione dipende solo ed esclusivamente dalle sue azioni. Viene data l'opportunità di esperire un'opera totalmente, ma sta al visitatore sfruttare ogni mezzo per la comprensione e conoscenza del pezzo esposto.

**I contenuti:** la conoscenza avviene attraverso allestimenti che sfruttano le ultimissime tecnologie digitali. Libri ed album fotografici raccolgono immagini provenienti da proiettori; schermi verticali fungono da supporto a interviste video, il semplice gesto della mano di un visitatore può animare installazioni, far apparire documenti, illuminare oggetti.

**I vantaggi e gli svantaggi:** l'uso di allestimenti virtuali è in grado di catturare l'attenzione dei visitatori di ogni età, conducendoli lungo un percorso visivo, tattile e uditivo. La grande novità non consiste solo nel coniugare le nuove tecnologie con la ricerca, ma anche nel presentare nel loro contesto originario oggetti ed eventi spesso appartenenti ad epoche passate, con simulazioni digitali realistiche.

## Analisi di alcuni esempi

- [Museo Archeologico Virtuale – Fondazione C.I.V.E.S.](#)

Ercolano

**Offerta:** Il museo nasce nel cuore della città, si estende su tre livelli per una superficie totale di 5.000 metri quadrati, e garantisce una nuova modalità di fruizione culturale. Il visitatore si muove lungo le strade di Ercolano, all'interno della biblioteca, delle terme e del foro, sapientemente riprodotte attraverso ricostruzioni tridimensionali all'interno della struttura museale. Effetti multisensoriali, interfaccia interattive, libri virtuali, ologrammi, multiproiezioni sincronizzate, guidano i visitatori in una dimensione virtuale che permette loro di rivivere una giornata tipo all'interno dell'antica città.

Dal 17 Dicembre 2010, grazie alle tecnologie MAV, è possibile visitare la ricostruzione 3D della "Schola Armaturarum", detta anche "Casa dei Gladiatori", crollata il 6 novembre 2010.



- [Museo della Libia](#)

Tripoli

**Offerta:** Il museo è stato inaugurato il primo Settembre 2009, quarantesimo anniversario della Rivoluzione. E' stato realizzato secondo lo stile più classico dell'architettura araba, su una superficie di 3.000 metri quadrati, suddivisa in 18 sale espositive, le quali offrono un'ampia panoramica sulla Nazione Libica, la sua storia e la sua cultura.

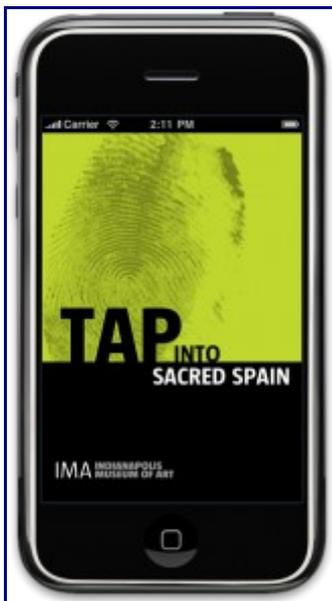
Il museo presenta un percorso di conoscenza e apprendimento basato non solo sull'esposizione passiva di reperti o elaborati artistici, ma anche su dispositivi tecnologici, touch screen, proiezioni che fondono contenuto scientifico e coinvolgimento emotivo.



- [IMA – Indianapolis Museum of Art – iPhone App](#)

Indianapolis

**Offerta:** Lo staff del museo consegna all'inizio della visita un iPhone con l'applicazione TAP attivata, oppure fornisce la medesima applicazione a coloro che già lo possiedono. Il visitatore, digitando il codice dell'opera, può osservarla riprodotta ad altissima definizione sullo schermo del proprio iPhone, ma non solo: può leggere spiegazioni integrative sull'opera, guardare video sul restauro di quest'ultima, ascoltare interviste a critici e curatori.



# Conclusioni

## Cos'è allora il "Museo Virtuale"?

I casi analizzati ci permettono di precisare le condizioni che rendono il museo virtuale appetibile e interessante.

Il "Museo Virtuale" ha un senso maggiore se realizzato in relazione ad un museo reale caratterizzato da una sua identità culturale basata su specifiche collezioni.

D'altra parte, abbiamo anche visto che il museo virtuale, come copia del museo reale, è ben povera cosa dal punto di vista fisico-percettivo nel caso in cui non vengano sfruttate le reali possibilità che la tecnologia mette a disposizione: ingrandimenti con tecnologie gigapixel, finestre integrative, video e possibilità di personalizzazione degli itinerari di visita.

Ugualmente, il museo virtuale come archivio elettronico (schedatura, database, materiali complementari) risulta poco utile ed accattivante nei confronti del visitatore comune, che ha bisogno di acquisire una buona formazione di base al momento della visita reale per poter successivamente approfondire eventuali ricerche.

Da queste osservazioni risulta necessario creare una forte relazione con l'identità culturale specifica del museo reale sfruttando le migliori specificità tecnologiche, con **l'intento primario di aiutare e potenziare il compito degli "addetti ai lavori" (critici, curatori, guide) e di migliorare e render piacevole la comprensione ai visitatori comuni!**

Potremmo allora avanzare la seguente definizione: **il "museo virtuale" come proiezione comunicativa a tutto campo del museo reale.**

A tutto campo significa che il museo virtuale può utilizzare tutti i mezzi fisici e concettuali, senza alcuna delle limitazioni del museo reale (distanza obbligata nell'osservare le opere, mancanza di spiegazioni complete, l'impossibilità alla creazione di un itinerario personalizzato volto a soddisfare le proprie inclinazioni), per tornare a far parlare le opere che il museo possiede e mostra.

In questo modo diventa inoltre possibile intervenire sul numero e sulla disposizione delle opere, indipendentemente dalla struttura del museo reale: si potranno creare sale virtuali di qualunque natura, diventerà possibile selezionare alcune opere, confrontarle con altre opere del museo o provenienti da diverse collezioni attraverso descrizioni, immagini, interviste e video.

Ciò che mantiene forte il legame con il museo reale è l'obiettivo: **riattivare il circuito comunicativo delle opere.**

Le potenzialità della tecnologia più avanzata ci permettono di costruire e gestire mondi virtuali di straordinaria ricchezza e varietà creando racconti visivi, ovvero la forma più adatta alla completa fruizione dell'opera. E' stata infatti dimostrata la maggiore efficacia del mezzo visivo rispetto a quello linguistico - testuale, sia dal punto di vista cognitivo, che motivazionale.

Quali sono, in conclusione, le caratteristiche che ci permettono di identificare un "museo virtuale"?

- 1) Il museo virtuale presenta una serie di "ambientazioni", la cui costruzione si basa sull'utilizzo delle più sviluppate tecnologie.
- 2) La scelta delle opere avviene in base a criteri tematici o relativi all'identità dello specifico museo
- 3) Il risultato auspicato alla fine del percorso, è la profonda comprensione dell'opera da parte di tutti i visitatori.

Ed è proprio in questo risultato che consiste la differenza tra il museo reale e quello virtuale: il

museo virtuale permette un'esperienza culturale che il museo reale non offre completamente. Non si tratta solamente di opere riproposte su uno schermo, ma esse parlano, si raccontano, dialogano tra loro e con il visitatore.

Sempre basandosi sulle più recenti innovazioni tecnologiche, lo stesso museo reale si può trasformare in **museo interattivo**, eliminando così le limitazioni fisiche e concettuali che precedentemente lo caratterizzavano. Il percorso di visita diviene multisensoriale, accattivante e dinamico, il visitatore è coinvolto appieno nell'esperienza/museo, in quanto la percezione degli oggetti e la loro comprensione dipende solo ed esclusivamente dalle sue azioni. Viene dunque data l'opportunità di esperire a pieno un'opera, ma sta al visitatore sfruttare ogni mezzo per la comprensione e la conoscenza del pezzo esposto.

# Risorse

## [iPads nel Museo Mercedes-Benz](#)



## [Intervista a Philippe Daverio](#)



# Bibliografia

## TESTI

- Antinucci, Francesco, *“Musei Virtuali, come non fare innovazione tecnologica”*, Editori Laterza, Bari, 2007.
- Bertuglia, Cristoforo Sergio, *“Il museo tra reale e virtuale”*, Editori Riuniti, Roma, 1999.
- Caulton, Tim, *“Hands-on Exhibitions: Managing Interactive Museums and Science Centres”*, London: Routledge, 1998.
- Economou, Maria, *“Museums and New Technologies”*, London: Routledge, 2006.
- Jones-Garmil, Katherine, ed., *“The Wired Museum: Emerging Technology and Changing Paradigms”*, Washington D. C.: American Association of Museums, 1997.
- Pechenizkiy, M., Calders, T., *“A framework for guiding the museum tours personalization”*. PATCH Workshop on Personalized Access to Cultural Heritage, 2008.
- Thomas, Selma and Mintz, Ann, eds., *“The Virtual and the Real: Media in the Museum”*, Washington D. C.: American Association of Museums, 1998.

## ARTICOLI

- Bowen, J. P. and Filippini-Fantoni, S., *“Personalization and the Web from a Museum Perspective”*, in D. Bearman and J. Trant (eds.), *“Museums and the Web 2004: Selected Papers from an International Conference”*, Arlington, Virginia, USA, 31 March – 3 April, pages 63–78. Archives & Museum Informatics, 2004.
- Capitanucci, Maria Vittoria, *“Musei da navigare”*, in *Costruire*, Milano, Abitare Segesta Editrice, n.257, 2004.
- De Vivo, Roberto, *“Memoria e futuro, Nuovi musei e vecchie tecnologie”*, in *Storia e Futuro*, Unibo, Bologna, n.5, Ottobre 2004.
- Filippini-Fantoni, S., *“Museums with a personal touch”*, in J. Hemsley, V. Cappellini & G. Stanke (Eds.), *“EVA 2003 London Conference Proceedings”*, University College London, UK, 22–26 July, pages s25:1-10, 2003.
- Filippini-Fantoni, S., *“Personalization through IT in museums”*. ICHIM 03: International Cultural Heritage Informatics Meeting, L'École du Louvre, Paris, France, 8-12 September, 2003.
- Filippini-Fantoni, S. & Bowen, J.P., *“Online: Personalization and customization in museum websites and IT. New Heritage”*, 01 February, 2004.
- Musatti, Esther, *“Se il museo è virtuale”*, in *L'Arca*, Milano, Arcadata, n.152, 2000.
- Rashid, Hani, *“Guggenheim Virtual Museum”*, in *Domus*, Milano, Domus Editoriale, n.822, Gennaio 2000.

# Team

Ricerca a cura di:

- [ALESSANDRO MASETTI](#)
- [CHIARA MASINI](#)
- [GILDA CONVERTINO](#)
- [SILVIA MONETI](#)

e si inserisce nel progetto SISMUS, trattato durante il [Corso di Allestimento e Museografia](#) (2010/2011) del Prof. G. Pirazzoli della Facoltà di Architettura di Firenze.