

ARTE E HI-TECH LE PROFESSIONI LEGATE ALLE TECNOLOGIE INNOVATIVE UTILIZZATE IN MOSTRE E MUSEI

Voglio fare l'archeologo e so tutto di informatica

Ingegneri, programmatori, registi: per gli eventi culturali si cercano esperti multimediali

Al Palazzo Ducale di Gubbio i visitatori sono passati da 150 a 4.500 la settimana dopo l'intervento del multivision designer **Paolo Buroni**, che ha riportato nelle sue sale, in una scena tridimensionale, lo stesso duca **Federico di Montefeltro** ad altissima definizione olografica. Un vero successo di pubblico in tempi di austerità per enti e istituzioni culturali, che cercano il riscatto attraverso la tecnologia. L'allestimento di una mostra o di un museo prevede infatti sempre più spesso, oltre alle opere, anche un complesso apparato di luci, suoni, percorsi video, testi esplicativi visibili su supporti tecnologici, quando non vere invenzioni spettacolari. «Credo che il museo debba diventare un luogo emozionale», dice Buroni, che ha brevettato una serie di innovazioni che vanno dallo Starkhologram, appunto, alla biblioteca virtuale che rivive con un tocco di mano.

A guidare l'incontro tra arte e tecnologia è la multimedialità. Da qui derivano esperienze multisensoriali, musei emozionali, interattivi o virtuali. Se ad Assisi il Cnr ha reso possibile entrare virtualmente nell'affresco di Giot-

to collocato nella Basilica superiore, a Pompei è stata aperta da qualche giorno la domus di **Giulio Polibio**, dove l'ologramma del ricco liberto accompagna la visita attraverso la ricostruzione virtuale dell'abitazione. Mentre i visitatori dei siti archeologici di Pompei, Ercolano e delle Grotte di Catullo a Sirmione potranno osservare, attraverso un tablet pc dotato di videocamera integrata, i resti tridimensionali delle vestigia del passato grazie alla tecnologia della «realtà aumentata», che la società milanese Arpanet sta sviluppando insieme alla Soprintendenza archeologica di Pompei, a quella della Lombardia e a Hewlett-Packard.

REALE E VIRTUALE

Gli effetti speciali stanno insomma prendendo il sopravvento su didascalie e cartelloni. «Rendono più accattivante ed efficace la presentazione delle opere d'arte», sottolinea **Alberto Rossetti**, direttore di Civita, tra i protagonisti nell'organizzazione degli eventi d'arte in Italia. Ma dietro l'onda hi-tech che sta trasformando il patrimonio culturale in una gigantesca galleria d'arte,

dove reale e virtuale si mescolano, ci sono professionisti sempre più specializzati. Fa il punto su questa realtà in trasformazione, per esempio, il Forum su multimedia e cultura che si tiene a Vigevano l'11 e il 12 giugno. Che getta luce su un piccolo esercito di nuovi tecnologi della cultura, ingegneri informatici, programmatori, fotografi, registi, esperti dell'illuminazione che sommano, a una formazione tecnica tradizionale, passione per arte e creatività. «L'intento è suggerire ai giovani possibili percorsi imprenditoriali, fornendo suggestioni attraverso le diverse aziende che compongono la filiera della multimedialità», afferma **Marco Carazzato** di Mediacontech, azienda partner del Forum.

Sempre a Vigevano si è appena conclusa la mostra multimediale su Leonardo da Vinci, dove era possibile sfogliare i codici dell'artista e scienziato su megaschermi ad alta definizione. E in autunno ci sarà un secondo evento su Leonardo costruito sempre secondo modelli di innovazione tecnologica: Università di Pavia (ingegneria informatica), Politecnico di Milano (corso di scenografia della facol-



1

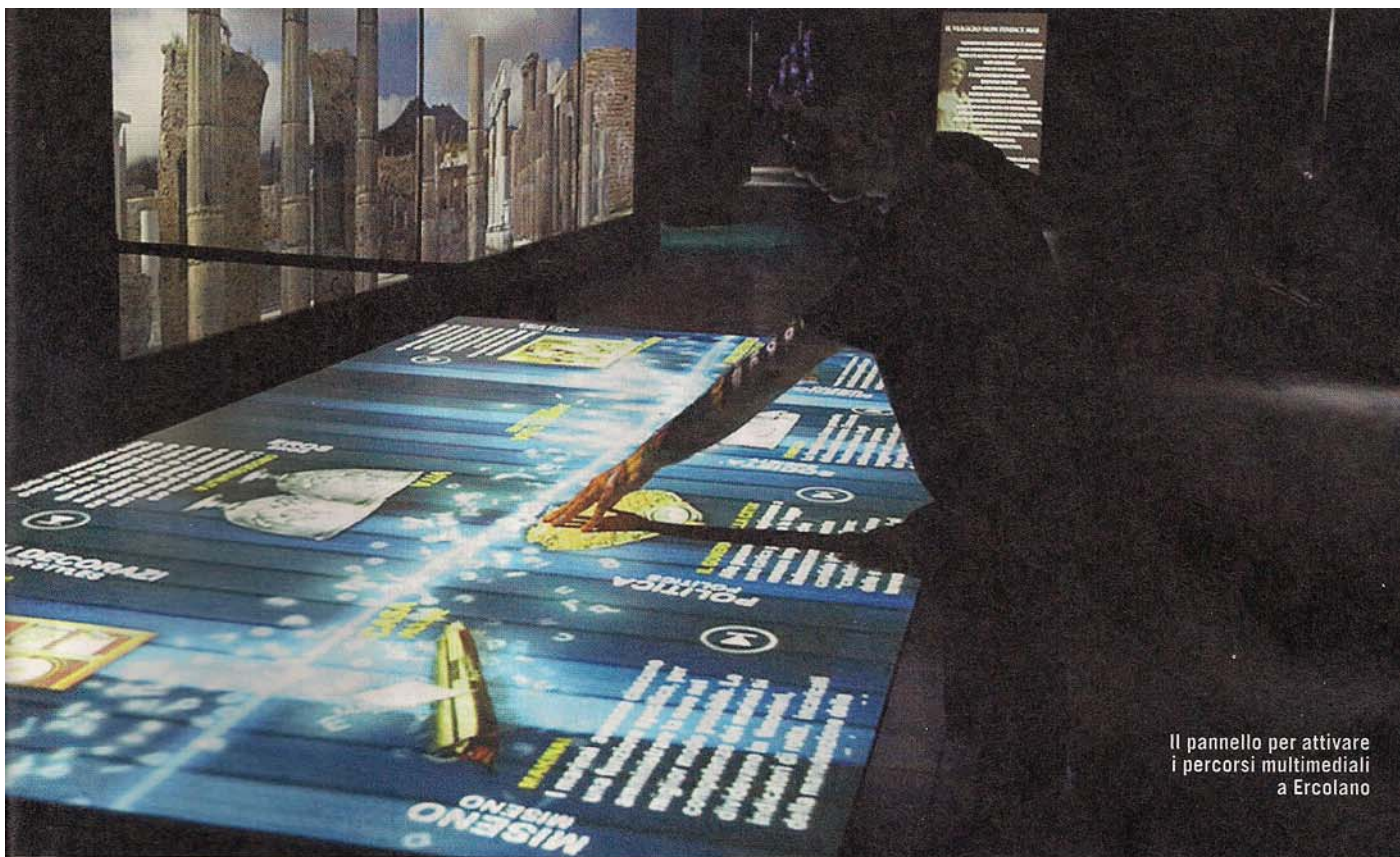


2



3

- 1) **Paolo Buroni**, designer e autore di installazioni multimediali
- 2) **Alberto Rossetti**, direttore di Civita, organizzatore di eventi d'arte
- 3) **Francesca Alonzo**, di Alphabeti, specializzata in arte e hi-tech



Il pannello per attivare i percorsi multimediali a Ercolano

tà di architettura) e Politecnico di Torino (ingegneria del cinema) sarebbero pronti a contribuire con i loro giovani talenti, che già partecipano ai workshop del Forum e agli incontri finali previsti tra aziende, laureandi e dottorandi. «I progetti multimediali si svolgono attraverso team variamente assortiti», spiega Leonardo Sangiorgi di Studio Azzurro, società che ha all'attivo la creazione di 20 musei multimediali permanenti. Ha appena presentato Sensitive city al padiglione Italia dell'Expo di Shanghai

e sta lavorando a installazioni video per le celebrazioni dei 150 anni dell'unità d'Italia a Torino. Al team creativo, cioè, si accosta quello progettuale (grafici e illustratori), poi la produzione (registi, musicisti, troupe per le riprese, esperti di software), i tecnici dell'allestimento (architetti ed esperti dell'illuminazione). Il tutto con il supporto di consulenti scientifici e storici dell'arte. In questo campo, rileva Sangiorgi, «i profili più richiesti sono proprio gli esperti nella produzione multimediale, gli innovatori

sulla programmazione delle interfacce e dell'intelligenza artificiale».

VENDERE STRATEGIE

Un settore che sta crescendo nonostante la crisi, nel quale si muovono piccole società specializzate, alla ricerca anche di competenze manageriali. «Ci sono ancora spazio e possibilità di lavorare bene, soprattutto per quanto riguarda la presentazione e fruizione dei siti archeologici», afferma Francesca Alonzo di Alphabeti, società che ha fondato tre anni fa dopo dieci al Politecnico di Milano. Alphabeti è l'organizzatore del convegno Turistarth alla Pinacoteca Ambrosiana (25 giugno) dedicato, e non è un paradosso, alle avanguardie hi-tech in ambito archeologico. «L'importante è vendere una strategia, non solo un prodotto, e coinvolgere più attori perché l'investimento sia possibile», sostiene Alonzo. È necessario, insomma, che a competenze tecniche e creatività si unisca la capacità di interagire con la macchina burocratica di istituzioni ed enti pubblici ed ecclesiastici. Perché i progetti multimediali non costano poco. Si può incominciare a piccoli passi, a partire da 10 mila euro. Per arrivare poi ai milioni per progetti più complessi. Che il pubblico, a guardare i numeri dei visitatori, mostra di apprezzare.

Elena Basilisco

DOVE SI STUDIA

NELLA CARTELLA, MATITE, GOMMA E IPAD

Per gestire in modo innovativo i 3.800 musei e le 1.800 aree archeologiche sparse sul territorio italiano sono stati creati corsi universitari ad hoc. Obiettivo: formare non solo curatori di mostre tradizionali ma anche editor di applicazioni per smartphone e progettisti di software per i musei. Ultimo nato, il Master of art della Luiss Business School (le iscrizioni chiudono a metà giugno). Presieduto dal direttore generale per la valorizzazione

del patrimonio culturale **Mario Resca**, prevede moduli sull'uso delle nuove tecnologie con la consegna, a ogni partecipante, di un Apple iPad per l'archiviazione delle immagini e lo sviluppo di applicazioni digitali per l'arte. Sempre a giugno (il 26) chiudono le iscrizioni al doppio master universitario di II livello in Management dei beni e delle attività culturali (MaBAC), ideato da Ca' Foscari di Venezia ed Escp Europe di Parigi. Punti

di riferimento già consolidati sono il master al Politecnico di Torino in Management, marketing e multimedialità per i beni e le attività culturali e il master della Cattolica di Milano in Museologia, museografia e gestione dei beni culturali. Terminerà invece a novembre la prima edizione del master dello Iulm in Museologia europea, avviato con la Triennale di Milano: prevede moduli di progettazione multimediale e lezioni sul campo.