

Lorenzo Taiuti

Opera nel campo delle arti visive come autore, critico e docente presso Accademie e Università a Torino, Milano e Roma. In particolare si interessa delle relazioni tra arte e nuovi media, organizzando incontri e rassegne, collaborando con periodici e rubriche, pubblicando diversi volumi.

Le sue opere sono state presentate in festival in Italia e all'estero.

Il Museo Diffuso *The Diffused Museum*

I Nuovi Media hanno prodotto negli ultimi 20 anni molteplici ipotesi e a diversi livelli, comunicativi, culturali, estetici. Lo svilupparsi di un settore di applicazione e ricerca sui rapporti fra arte e scienza porta alla definizione di un'area di comunicazione fra tecnologia e linguaggi creativi che sta lentamente penetrando nelle culture estetiche, sia nella produzione creativa sia nella gestione e nella fruizione dell'arte.

L'acquisizione di nuovi strumenti, nuovi media, nuove forme comuni, deve oggi entrare nel corpo estetico e nel sistema dell'arte, mentre i concetti di realtà virtuale, immaterialità, rete globale e i molti altri che la cultura digitale ha prodotto negli anni sono oggi altrettanti punti su cui interrogarsi. Ciò costituisce una serie possibili campi applicativi che le istituzioni museali hanno iniziato ad esplorare, e in cui però moltissimo rimane da fare. In particolare una maggiore vicinanza tra funzioni

museali e utenza deve dar luogo a maggiori applicazioni museali nel settore dei linguaggi digitali, delle nuove didattiche e della nuove comunicazioni di massa.

The New Media produced in the last 20 years multiple hypothesis and on different levels; communicative, cultural, aesthetical. The development of a section of applications and research on relationships between art and science, drives to define an area of communication between technology and creative languages is slowly getting inside aesthetic cultures, creative production, in managing and use of art.

The acquisition of new instruments, new media, new general shapes, must get in the esthetic body and in the art system.

Concepts like virtual reality, immateriality, global networks and many other points that digital cul-

ture has produced during these years are points that need questioning.

Those are application fields that Museums have begun to explore and where much is left to do. The links between museum functions and public must go through activations of museums in the fields of digital languages, new didactics and new mass communications.

IL MUSEO ESPLOSO E IL MUSEO DIFFUSO

Il titolo di questo testo è insieme la citazione dell'ultimo capitolo di un mio libro[1] intitolato appunto "Il Museo esploso" e la citazione di un interessante progetto del Museo della Resistenza di Torino[2], che prende il nome di "Museo diffuso". Il capitolo "Museo Esploso" è la descrizione della trasformazione del Museo da "Tempio dell'Arte" (contro cui si scagliavano i Futuristi e le Avanguardie) a luogo di "creazione/sperimentazione", aperto a tutti i processi cognitivi e percettivi, sociali e tecnologici, di fruizioni rinnovate attraverso l'applicazione di tecnologie e di nuovi modelli di comunicazione e creazione fra museo e pubblico. Il Museo esploso fuori dalla sua classica sede per frammentarsi nelle reti comunicative già approntate dai media e dai linguaggi digitali.

Il museo diffuso di cui parliamo è l'incontro fra il digitale e le strutture del museo in via di mutamento, mutamento che è stato finora relativamente lento e che prende ora ritmi e modalità sempre più accelerate.

La presenza in continua crescita dei Musei d'Arte Moderna & Contemporanea ridefinisce la figura storica del Museo e lo riporta ad un'estrema centralità nelle funzioni di fruizione culturale sia dell'arte contemporanea che dell'arte classica. Il modello del Museo ottocentesco, visitato da pochi e colti utenti, lascia spazio a un'ipotesi (non ancora chiaramente definita) di un centro culturale aperto a tutte le espressioni, facendo saltare i confini fra cultura "alta" e "bassa", con tutti gli elementi positivi e negativi che questo può comportare.

In particolare, le principali linee verso cui sembrano orientarsi tali nuove strutture sono essenzialmente tre.

La prima è quella del rapporto promozionale con il pubblico, attivato in ogni direzione in un sorpasso radicale delle più elitarie ottiche precedenti.

La seconda riguarda l'attivazione e la crescita di settori dei musei dedicati alla didattica dell'arte diretti verso la scuola e il sociale (cioè il futuro utente) da cambiare e implementare in più modi. Infine, la terza, è l'utilizzazione dei nuovi linguaggi digitali, dei "New Media" e della loro rivoluzione tecnologica, mediatica e comunicativa.

Di seguito vengono esaminate, per punti ritenuti

significativi, le pratiche che circondano, strutturano e ridefiniscono (o interrogano) il museo moderno, sia nella sua variante di arte classica sia in quella più futuribile di arte digitale.

Il vero lavoro sul "Museo Diffuso" inizia però oggi, perché le strutture culturali e gli strumenti tecnologici sono maturi e di facile uso, questi ultimi significativamente diffusi e quindi realmente vicini all'utente.

Nuove utenze

Utenti non più circoscritti per classe (alta) o per livello culturale (alto), ma esplosi in diversissime categorie sociali, culturali e comportamentali. Diversità culturali che pongono urgentemente il problema: come far partecipare al prodotto estetico un pubblico di milioni di volte più esteso di quanto lo fosse al tempo degli "Italian Tours" di Goethe o di Henry James?

E dietro l'odierna crescita smisurata del sistema museale vi è proprio la spinta trasgressiva del Museo Contemporaneo e la storica spinta delle Avanguardie alla distruzione del Museo diventata oggi (paradossalmente) la spinta principale al suo ulteriore sviluppo e alla ricostruzione di un'utenza diversa.

I linguaggi digitali come nuova estetica

Cosa sono e cosa rappresentano i "New Media", o "Linguaggi Digitali", rispetto al campo estetico? Le applicazioni creative del digitale come forma estetica si sono sviluppate fin dagli anni ottanta: dapprima in aree ristrette e specialistiche, oggi entrano nell'area del contemporaneo in una lenta, ma progressiva ibridazione con gli altri linguaggi creativi. I rapporti fra comunicazione e arte e fra arte e scienza sono fin dall'inizio i fattori informatori delle nuove esperienze digitali e della loro funzione.

Il Rinascimento digitale

Il rapporto Arte/Scienza è una delle parole d'ordine del digitale e vuole collegarsi direttamente con l'equazione Arte/Scienza del Rinascimento. In questa relazione vi è sia l'entusiasmo culturale generato dai Nuovi Media, sia la convinzione di un'inedita possibilità di unire Arte, Scienza, Società e Cultura nell'ipotesi di un rilanciato "progresso"

e dell'apertura d'orizzonti innovativi.

Dagli anni ottanta la diffusione dei computer e il susseguirsi continuo di scoperte e applicazioni ha creato una "koinè" di nuove idee e di radicali prese di coscienza con nuovi e innumerevoli dispositivi di riproduzione e trasmissione meccanica.

Un salto tecnologico che interessa indirettamente o direttamente l'intera area delle arti visive. Area che viene coinvolta o investita da una rimessa in questione dei suoi elementi fondamentali quali rappresentazione, comunicazione, materia, percezione. Ma anche riproducibilità, serialità, immersione, virtualità.

Modernismi: originale e duplicato

I Nuovi Media in arte si riallacciano alle ipotesi iniziali dell'arte moderna e ai suoi "principi di fondazione". Partendo da un'idea diversa dell'opera d'arte i nuovi media pongono significative differenze sul come produrre/fruire e su come queste differenze cambino in prospettiva il sistema stesso dell'arte.

Il primo shock linguistico delle arti digitali è la loro capacità di riprodursi e riprodurre un'opera (come già sottolineava Walter Benjamin a proposito della fotografia) con una maggiore e più significativa realtà riprodotiva. Infatti la riproduzione digitale di un prodotto nato digitale è insieme una replica e un originale e, potenzialmente, un numero infinito di altri originali, ampliando così le problematiche dell'aura e dell'opera unica già posti dalle avanguardie storiche.

Altro elemento fondamentale è l'ubiquità dell'opera/medium (digitale) nell'universo comunicativo e la sua natura "multimediale". La multimedialità del digitale non è l'extra-media dei linguaggi visivi tradizionali, dove, come nei collage futuristi, parola, colore, segno, trovano le loro intersezioni, sovrapposizioni e si ridefiniscono come metalinguaggi. I linguaggi multimediali sono invece caratterizzati dalla comune radice matematica che traduce sia suono che segno, sia immagine fissa che in movimento in una stessa piattaforma informatica.

Un museo virtuale

Uno dei pionieri dell'arte digitale, l'australiano Jeffrey Shaw[3], ha riassunto in un'opera la problema-



1. Jeffrey Shaw, *The Virtual Museum*, Ars Electronica. Lendmuseum, Linz, Austria, 1991.

tica reale/virtuale nel suo lavoro del 1991 “Virtual Museum” (Fig. 1), lavoro che invita insieme a interrogarsi sul concetto di virtualità e a considerare le possibilità di un’arte immateriale, che si attiva con l’intervento del pubblico.

Su uno schermo di computer appare un’esatta riproduzione della sala (vuota) del museo dove l’opera è collocata e, muovendo il dispositivo, la riproduzione 3D della sala si scopre navigabile, rivelando a ogni movimento oggetti, testi, immagini, ecc.

Il concetto di virtuale non si applica però solo ad ambienti reali ricreati in 3D, ma anche a tutto ciò che disloca la presenza o il rapporto fra utente e processo, fra oggetto e sua fruizione e, ancora, la percezione a distanza di oggetti e processi, come appunto attraverso la rete telematica (Figg. 2-3).

Il rapporto fra il Museo e il Pubblico inizia quindi a giocarsi a distanza, nel territorio e nella sfera (virtuale) della società.

Il concetto di realtà virtuale ha risvegliato fin dall’i-

nizio l’interesse del sistema museale, interessato nelle sue necessità a ricostruire le parti mancanti di ambienti, costruzioni, o oggetti da affiancare alle opere presenti. Ricostruzioni di tombe egizie, città scomparse come Ercolano e altre operazioni simili sono apparse in molti musei nel mondo, e le ricostruzioni in 3D virtuale sono visibili in appositi ambienti, spesso interattivi. A volte consultabili in rete, dimostrano l’applicabilità immediata di una nuova tecnologia nelle funzioni di informazione e didattica.

Il corpo del pubblico

Un’altra caratteristica peculiare dell’Arte Digitale è la sua interattività e la conseguente richiesta indirizzata al pubblico di partecipare alle funzioni della tecno-opera.

Quel tipico obiettivo del modernismo che consiste nell’infrangere la figura passiva e contemplativa del pubblico dell’arte si concretizza letteralmente attraverso la nuova situazione

di “dispositivo complesso” della nuova opera. Il pubblico deve esplorare letteralmente realtà interattive sia nello spazio che nelle comunicazioni telematiche.

Ampliando il concetto d’interattività e di coinvolgimento molte opere di tecno-arte sviluppano una complicata strategia di interfacce, cercando di far “aderire” il corpo dello spettatore alle operazioni che attivano il dispositivo dell’opera e, idealmente, di farlo partecipe dell’opera stessa. In questo caso la partecipazione del pubblico condiziona non solo l’opera ma il “corpo/percezione” coinvolto nell’opera stessa. Ciò che nell’opera (cioè nel dispositivo) appare come visione o percezione, si definisce nell’azione del fruitore. L’opera appare nella misura in cui viene investigata, navigata, percorsa, concretamente scoperta. È su questi e altri punti che l’area dell’arte digitale, e le tecnologie da cui nasce, entrano in contatto con i musei d’arte moderna o classica e con i loro bisogni comunicativi.



2. Jeffrey Shaw, Legible City, Network installation, diverse installazioni realizzate tra il 1989 e il 1998.

Musei digitali

Rimane aperto il problema di un museo che non usa i linguaggi digitali in tutte le varianti della comunicazione sull'arte, ma che comunica digitalmente lavori digitali. Alcuni musei d'arte contemporanea, ad esempio, hanno aperto ad opere completamente digitali, come il museo ZKM di Karlsruhe, il Guggenheim New York, Ars Electronica Center di Linz e altri.

La forma del Web riporta ancora (per il momento) le forme del digitale alle modalità del web, ma il problema che resta aperto è il coniugare l'esperienza comunicativa con impatti visivi e multimediali forti, possibili per ora solo con complesse installazioni tecnologiche.

Come sono comunicabili questi impatti? Si possono fare alcune ipotesi.

L'uso intensivo di linguaggi digitali a fini promozionali finirà per produrre forme espressive o forme creative con valenze estetiche autonome, o comunque a inserire nel museo modalità di comu-

nicazione e tecnologie di comunicazione a forte tasso estetico.

Il semplificarsi ulteriore delle tecnologie e la loro ulteriore diffusione faranno inserire anche in musei non specializzati opere basate sul digitale. A questo punto si creerà un salto di modello comunicativo via rete per fruire anche on-line di installazioni multimediali, con strutture di amplificazione legate alla crescita dell'Home Theatre sempre più diffuso.

Arte nella rete

Il Guggenheim di New York ha aperto una virtual gallery sperimentale di Net Art, presentando alcune esperienze di autori come Mark Napier, Shu Lea Cheng o John F. Simon, esperienza in parte riproposta da altri musei, anche se non ancora pienamente sviluppata in tutte le sue possibilità. Recentemente il museo ha aperto clamorosamente a "Youtube" organizzando nel network un concorso e poi una mostra di Videoarte, proposta sia in rete che in serate di proiezione negli spazi e sulla

facciata del Museo (Fig. 4).

Riconoscendo la possibile valenza estetica dei linguaggi diffusi nella rete, il Guggenheim apre a un'ibridazione di linguaggi e a un messaggio di culture carico di conseguenze. Ma il punto d'interesse è soprattutto l'utilizzazione di strategie dei Network che si sviluppano in rete e poi permettono un uso diffuso dei linguaggi e delle loro connessioni.

Prima della percezione

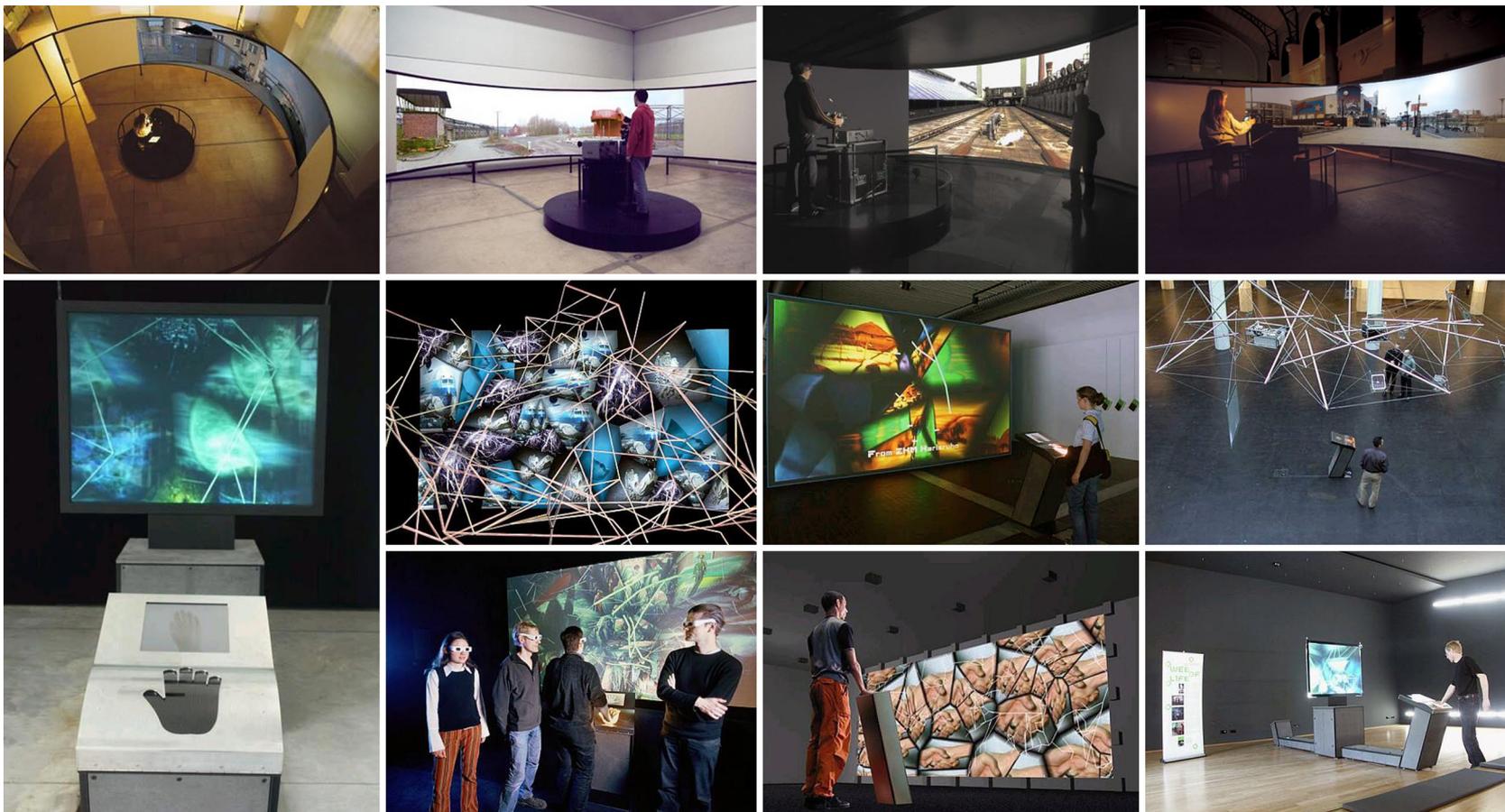
L'opera e il suo contesto fruitivo vanno "preparati" al momento della percezione. Si tratta di creare una figura di "Prosumer", di utente partecipante ai processi di conoscenza, nella doppia figura di consumatore e produttore di questi processi. La fruizione estetica nei musei avveniva nei processi e nei filtri di una lunga e privilegiata educazione alle arti e alla letteratura, mentre oggi il problema si riapre su diverse problematiche: memorie culturali, uso e fruizione delle funzioni estetiche, linguaggi della comunicazione. E il digitale permette

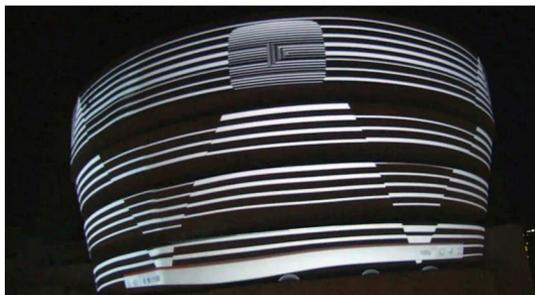
[nella pagina]

3. Jeffrey Shaw. In alto: Place-Ruhr, installazione, 2000.
In basso: Web of Life, network installation,
con Michael Gleich, Lawrence Wallen, Bernd Lin-
termann and Torsten Belschner, 2002.

[nella pagina successiva]

4. La Biennale di video creativi "YouTube Play", promossa dalla Fon-
dazione Solomon R. Guggenheim e YouTube, con HP. I video, selezionati
attraverso un concorso, sono stati proiettati dal 22 al 24 ottobre 2010
sulla facciata e nella rotonda interna del Guggenheim di New York.





l'apertura di pratiche inedite sia dell'espressione creativa, sia della comunicazione delle espressioni creative. Conviene fare un passo indietro e reimpostare l'intero problema verso un'"informazione formativa" che media il rapporto fra il prima della percezione e il durante/dopo la percezione.

Il Prosumer e l'informazione online

"Prosumer" indica qui una complessa articolazione del rapporto museo-utente in cui si costruisce un rapporto attivo e scambievole e dove il rapporto culturale e informativo precede la visita concreta e si articola in modi che integrano i nuovi media nel Museo collegandolo al tessuto sociale.

Così il concetto di virtuale, molto presente nell'arte digitale, non si applica solo ad ambienti ricreati in 3D, ma anche a tutto ciò che trasferisce la presenza o il rapporto fra utente e processo, fra oggetto e sua fruizione e percezione a distanza di oggetti e processi.

In questa direzione una ricerca interessante è il lavoro pionieristico di Franz Fischhaller[4] che lavora sulle ipotesi dello spazio virtuale fruibile in rete, sulla dislocazione di spazi fruibili virtualmente ed entra nella complessità di questi intrecci con varietà d'ipotesi e soluzioni diverse (Fig. 5).

Museo evento e museo diffuso

Mentre il "Museo evento" è il risultato di una politica di architettura di estrema visibilità che accende l'attenzione di massa, l'idea di "Museo diffuso" è legata all'influenza crescente della comunicazione web e alla sua capacità di creare circuiti relazionali e promozionali.

Dopo il trionfo mediatico di Facebook, di Youtube e più in generale dei social network, il sistema museale ha iniziato a capire quali e quanti sono i possibili sviluppi della comunicazione digitale. Questi strumenti si rivelano fra i più adatti alla costruzione di un "Museo Diffuso", conseguenza positiva del "Museo Esploso", poiché utilizza il crollo della visione protetta e della forma elitaria per espandere il concetto di museo all'intero globo attraverso una funzione del Museo come "Luogo delle Culture".

Didattica digitale

I settori didattici dei vari musei (visti come attività minore nel periodo più eroico dell'arte moderna) sono una delle strutture in cui far passare le nuove problematiche legate al binomio comunicazione e digitale, valorizzando la funzione didattica esistente da sempre nella cultura modernista.

La volontà di "agire/modificando", di "formare nel cambiamento" è infatti tipica dell'arte moderna, è nel suo sentirsi nuova e determinante (e centralizzante) nel progresso/processo sociale.

Il compito dei nuovi musei è vastamente legato alla volontà d'espansione e convincimento da parte di strutture culturali che oggi vogliono un pubblico di massa. Anzi che vogliono "tutto" il pubblico.

La città della comunicazione estetica

Si può, e si deve, evidentemente pensare a una strategia di comunicazione a distanza articolata su diverse modalità.

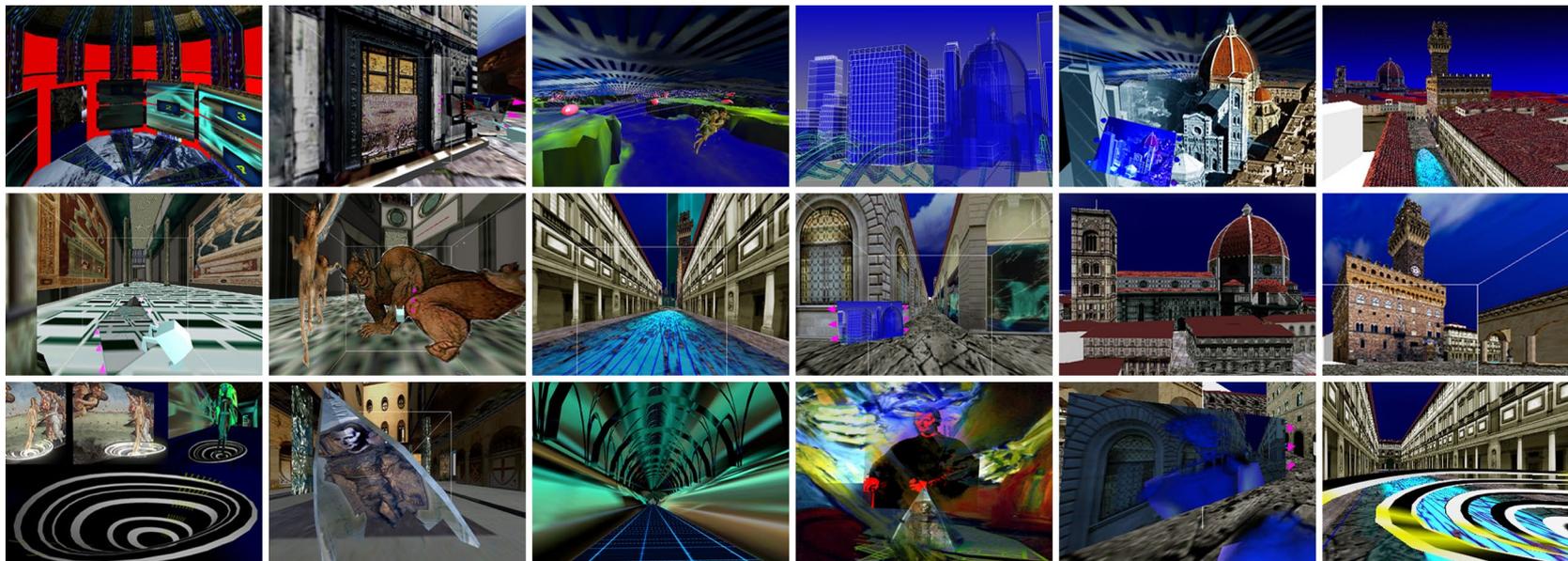
Quali relazioni fuori dal museo? Come creare una preparazione preventiva? Come "collegarsi" e come "collegare" in modi diversi percezioni, culture, relazioni, strutture urbane, ecc.?

Una soluzione è creare attraverso la conoscenza multimediale dei "rapporti virtuosi" di conoscenza, apprendimento, familiarità per cui i visitatori del museo arrivano alla visita con una "sensibilizzazione" cognitiva e percettiva che permette di affrontare il salto dal quotidiano a quel momento di "sovraccarico" estetico e culturale che è il Museo.

Il museo-città e il museo diffuso

Il progetto "Museo diffuso" di Torino agisce in questa direzione spostando le informazioni del museo sulla città e la sua storia sulla rete, un progetto di "Citypedia", dove il sito è stato concepito come un museo relazionale e virtuale in cui è possibile trovare informazioni sui luoghi della città, sulla storia, sui personaggi, sugli eventi, una serie di link che permettono di percorrere liberamente l'intero spazio urbano o seguire percorsi a tema (Fig. 6). I dati sono disponibili anche grazie ad apps su iPhone, ed invitano alla partecipazione e al commento, aprendo alla partecipazione del pubblico.

Già in un progetto degli anni '90, una torre dello studio olandese NOX cambiava colore secondo i



5. Franz Fischnaller, Citycluster "From the Renaissance to the Megabyte Networking Age", dal 2005.

commenti delle e-mail degli abitanti della città, che creavano un dialogo continuo fra l'opera, la città, i suoi problemi e i suoi abitanti (Fig. 7).

In ambedue le esperienze i dati si accumulano e restano a disposizione di successive, possibili future fruizioni. L'intreccio fra comunicazione, didattica e rapporto attivo e creativo sembra così possibile.

In questo i social networks esistenti hanno già oggi una funzione importante, e infatti molti musei sono su Facebook, Twitter, Youtube – per i video - e Vimeo - per video e foto -, sfruttando naturalmente la possibile ricaduta promozionale dell'effetto "random" di scoperta di materiali tipico del "surfing di rete".

Ma i Social Network non sono necessariamente i media più giusti, nuove funzioni e strumenti vanno trovati per familiarizzare e preparare l'esperienza del museo. E va ricercato un rapporto più variegato e non tradizionalmente didattico con l'utenza, spostando sulla rete non solo le informazioni complesse, ma dei veri e propri laboratori interattivi con

cui stabilire delle "relazioni culturali", così come i cosiddetti "social network" stabiliscono "rapporti sociali".

ALCUNE ESPERIENZE

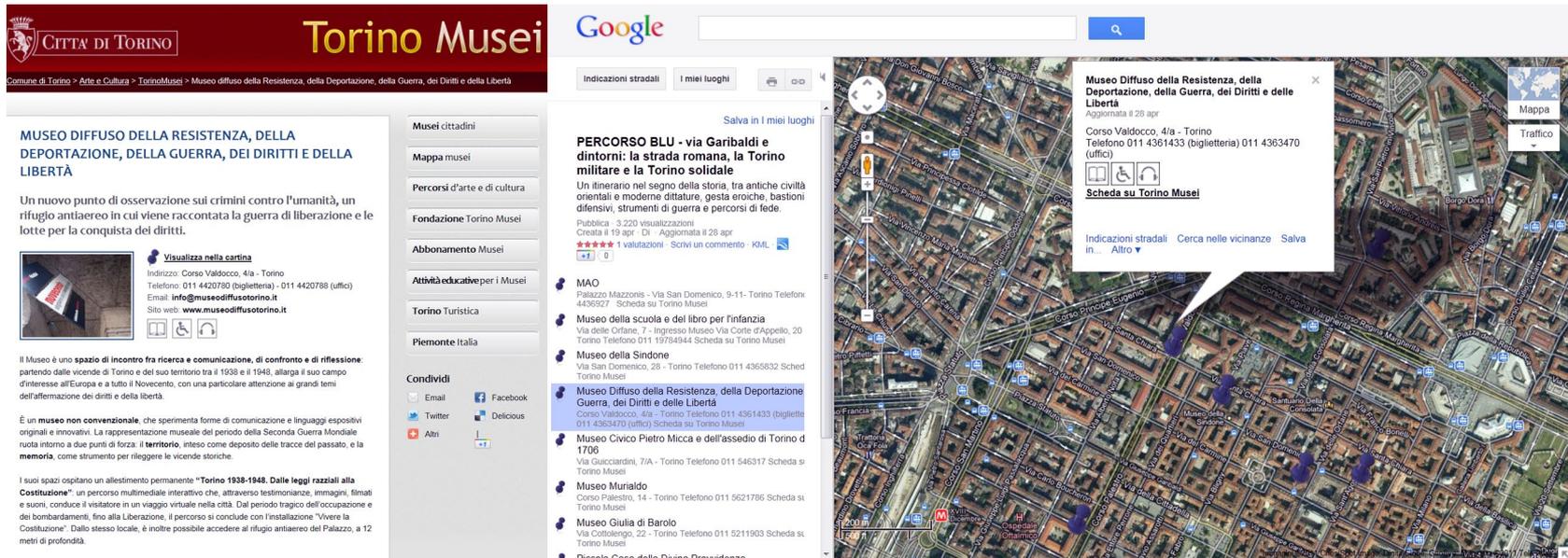
Fin dagli anni novanta ho lavorato sull'uso dei nuovi media nelle funzioni museali, portando avanti, anche con le Università di Torino, Milano e a Roma, esperimenti in Musei d'arte contemporanea – il Museo di Rivoli e il GAM di Torino, il Padiglione di Arte Contemporanea di Milano, la Galleria Nazionale d'Arte Moderna e il MACRO di Roma, ecc. Tali lavori dal valore sperimentale hanno percorso strade allora assolutamente inedite, che invece di recente sono pressoché usuali, sia per lo sviluppo di nuove culture e sia per la minor complessità delle tecnologie da utilizzare.

Ad esempio, nei primi anni novanta l'uso del video in forma non documentaria, ma in quanto videoclip, cioè mezzo di agile informazione e promozione, era del tutto sconosciuto in Italia, mentre già

il Beaubourg e il Louvre aprivano alla video arte come modello linguistico, usandolo anche come documento e comunicazione.

In quel periodo la GAM di Torino non aveva un videolettore (oggi ha una Videoteca di video arte e cinema sperimentale), il Museo di Rivoli era diviso fra sperimentazione avanzata e le problematiche di copyright che ponevano forti limiti all'uso dell'immagine. Per contro oggi su Youtube si può trovare praticamente tutta la video arte, da Bill Viola a Marina Abramovic, e la "bassa definizione" e le funzioni altamente promozionali del video on-line rendono attraente per i musei l'uso e la diffusione dell'immagine anche "fuori copyright".

Ancora, ad esempio, fino a pochi anni fa il PAC di Milano si limitava a collocare sul sito solo una selezione dei testi del catalogo. Per questo con gli studenti del Corso Mass Media dell'Accademia di Brera, nell'ambito della sperimentazione sulla rappresentazione dislocata, proponemmo di riproporre on-line i contenuti della mostra "Less - Strategie



6. Immagini tratte dal sito del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà di Torino.

alternative dell'abitare", presentata al PAC nel giugno 2006, realizzando una strategia complessiva di testi e videoclip – uno per ogni autore e un promo complessivo per la mostra -, il tutto realizzato per la rete, dove fu infatti online per alcuni anni, sul sito del Padiglione di Arte Contemporanea. All'interno della sperimentazione sul gioco didattico, con gli studenti del Corso di Laurea in Grafica e Progettazione Multimediale[5], nell'ambito dell'insegnamento di Arte Contemporanea, nel 2004 abbiamo realizzato un CD-ROM interattivo progettato come esperienza pilota per la sezione didattica del Museo Comunale di Arte Moderna "Macro" di Roma. Il CD-ROM ad uso didattico conteneva molteplici ricerche e applicazioni sul mosaico di Enzo Cucchi realizzato nel 2001 per la sede del Museo: giochi interattivi, ricerche iconografiche, animazioni 3D. Il materiale elaborato era stato predisposto per essere pubblicato sul web e dunque fruibile anche on-line, ma allora il sito del Macro non aveva anco-

ra le caratteristiche per gestire attività del genere. Qualche anno dopo, nel 2007, sempre nell'ambito dello stesso Corso di Laurea, abbiamo realizzato per la Galleria d'Arte Moderna di Roma un'installazione interattiva sul quadro di Gustav Klimt "Le tre età della donna" nella collezione della GNAM, all'interno di una serie di iniziative finalizzate ad esplorare le possibilità comunicative e didattiche dei musei, relazionandole anche alle problematiche delle disabilità (Fig. 8). Ciò che rendeva particolare questo progetto era infatti anche l'utilizzo di apparecchiature tecnologiche progettate per essere usate da persone con disabilità motorie, in particolare non dotate dell'uso delle mani, abbattendo così una serie d'impedimenti all'informazione sull'opera d'arte. Segni e storia, stili e memorie del quadro e del suo autore potevano essere conosciuti e esplorati con una serie di animazioni interattive bidimensionali o tridimensionali. L'ambiente interattivo forniva ai fruitori la possibilità di navigare in un iperte-

sto multimediale, che si sviluppava in una serie di stanze, ciascuna dedicata ad un tema emblematico della poetica di Klimt e della sua corrente artistica, il simbolismo. Attraverso testi, immagini e suoni era possibile approfondire la storia dell'opera e il contesto in cui si inseriva, così come le simbologie e le ragioni linguistiche alla base della creazione artistica. Ogni tema era trattato attraverso un'interfaccia interattiva con l'utente, utente che interagiva con l'opera attraverso due strumenti multimediali: il guanto intelligente e un emulatore di mouse denominato tracker, dispositivo che sostituiva il mouse permettendo il movimento del puntatore solo attraverso un leggero movimento della testa[6]. L'installazione, servendosi di dispositivi interattivi, permetteva dunque di sperimentare le possibilità operative di una sezione didattica aperta ai bambini, agli adulti come ai disabili, con forti possibilità di "infotainment", ma anche di condivisione d'esperienza fra tipologie diverse d'utenti.



[a sinistra]

7. NOX, D-Tower, in collaborazione con Q.S. Serafijn, il gruppo V2_Lab e lo studio Vision Machine, inizio del progetto 1998, inizio della costruzione nella città di Doetinchem 2003.

[in basso]

8. Installazione Multimediale sull'opera "Le tre età della donna" di Gustav Klimt, progetto diretto da Lorenzo Taiuti, Facoltà di Architettura, Galleria d'Arte Moderna di Roma GNAM, 2007.

NOTE

[1] Il capitolo "Il Museo esploso" chiude il libro *Corpi sognanti: l'arte nell'epoca delle tecnologie digitali*, edito da Feltrinelli nel 2004, dove illustro gli ultimi sviluppi dei rapporti tra arte contemporanea e nuove tecnologie attraverso un profilo problematico e la descrizione di lavori, artisti, aree operative e musei.

[2] La costituzione del "Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà" nasce dalla confluenza di due distinti progetti della città di Torino: la realizzazione di un museo dedicato ai temi della Seconda Guerra Mondiale e delle sue conseguenze e la documentazione permanente sui crimini contro l'umanità. Per il primo progetto la scelta è stata indirizzata nella direzione di un "museo diffuso", che facesse dei luoghi di memoria del territorio cittadino e provinciale altrettanti elementi di un percorso museale. Cfr. a questo proposito <http://www.museodiffusotorino.it/default.aspx>.

[3] Dalla fine degli anni sessanta, Jeffrey Shaw ha aperto la strada all'uso dell'interattività e della virtualità nelle sue installazioni d'arte. Le sue opere sono state esposte in tutto il mondo in importanti musei e festival. Dal 1991 al 2003 è stato

direttore dell'Istituto per la media visivi presso il centro ZKM di Arte e Media di Karlsruhe, in Germania. Dal 2003 è fondatore co-direttore del Centro di Interactive Cinema Ricerca (iCinema) presso l'Università del New South Wales, Sydney, Australia. Cfr. <http://www.jeffrey-shaw.net/>.

[4] Franz Fischaller è specializzato in design e implementazione di applicazioni di realtà virtuale, sperimentate in diversi ambiti e settori. Professore di Arte e Tecnologia all'Università di Firenze, Professore e Leader della School of Art and Design all'EVL, Electronic Visualization Lab University of Illinois in Chicago, attualmente Visiting Professor, School of Design, Victoria University of Wellington, New Zealand. Cfr. www.fabricat.com/Franz_home.htm.

[5] Il corso di Laurea in Grafica e Progettazione Multimediale, coordinato dal prof. Roberto de Rubertis, era attivo nella Facoltà di Architettura Valle Giulia dell'Università di Roma La Sapienza.

[6] Il guanto intelligente, in grado di inviare segnali al computer con semplici contrazioni della mano, era prodotto dal Centro Interdipartimentale "E. Piaggio", Facoltà di Ingegneria dell'Università di Pisa, diretto dal Prof. Danilo De Rossi, mentre il tracker da Tiflosystem.

