# In Italia l'80% dei Musei non offre servizi di interattività

**Autore :** Redazione

**Data :** 12 Ottobre 2017

**I dati sulla diffusione delle nuove tecnologie nei siti culturali presentati da Antimo Cesaro al convegno su *'Ricerca e tecnologia per il patrimonio culturale'***

*Riceviamo e pubblichiamo dall'Ufficio Stampa del SOB.*

> Solo il 57% dei musei italiani ha un sito web, il 41% possiede account sui social *network*, Facebook, Twitter, Instagram, mentre soltanto il 25% ha un servizio di *newslettering*.

> Ancor più allarmanti i dati che riguardano l'utilizzo delle nuove tecnologie nei siti culturali italiani: allestimenti interattivi o ricostruzioni virtuali sono adottati soltanto dal 20% dei musei, e la connessione wi-fi gratuita è offerta dal 19%. QR code, servizi di prossimità, catalogo accessibile online o visita virtuale del museo dal sito web hanno una diffusione che non supera il 14%.

Antimo Cesaro, sottosegretario al Ministero per i Beni e le Attività Culturali, ha aperto stamane, 12 ottobre, al Suor Orsola il convegno organizzato dal CNR su *'Ricerca e tecnologia per il patrimonio culturale'* disegnando con i numeri di un'importante ricerca dell'Osservatorio sull'Innovazione digitale nei beni culturali del Politecnico di Milano, il quadro del rapporto non ancora molto sviluppato in Italia tra la fruizione dei beni culturali e l'utilizzo delle nuove tecnologie.

Un rapporto fondamentale assolutamente da implementare che, però, come chiarisce Cesaro, deve andare di pari passo con l'investimento sul capitale umano.

Evidenzia il sottosegretario del MiBACT:

> Le nuove tecnologie da sole non bastano perché ogni innovazione deve essere guidata da risorse umane adeguatamente formate per le nuove sfide che attendono la valorizzazione del nostro patrimonio culturale e da questo punto di vista è fondamentale il lavoro di alta formazione che si

> svolge in importanti Università come il Suor Orsola o nei centri di ricerca come il CNR per formare le generazioni presenti e future che dovranno lavorare nei processi di gestione e valorizzazione dei beni culturali accompagnandone la rivoluzione tecnologica.

La Campania, come racconta Cesaro, è in prima fila in tema di innovazione nel settore dei beni culturali. Molti gli esempi positivi citati dal sottosegretario: da Pompei dove si lavora al progetto pilota per la creazione del primo *Smart Archaeological Park* al mondo, a Caserta con il progetto Reggia Digitale, che prevede una serie di impianti che, grazie alla fibra ottica ed a moderne tecnologie renderanno la visita un'esperienza a 360 gradi.

*Il ruolo della formazione nelle Università*

La sfida formativa lanciata da Cesaro è stata già raccolta da anni dall'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, la prima in Italia a lanciare nel 1992 un corso di laurea specificamente dedicato alla valorizzazione dei beni culturali ed oggi sede del Centro di Ricerca "Scienza Nuova" che rappresenta una delle grandi eccellenze accademiche italiane nel settore delle nuove tecnologie applicate ai beni culturali.

Ha spiegato Pierluigi Leone De Castris, presidente del Corso di laurea in Scienze dei beni culturali:

> Crediamo fortemente nell'utilizzo delle nuove tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali e ci impegniamo per il loro sviluppo perché possono servire non solo alla conservazione e ad una migliore conoscenza del patrimonio, ma anche a far sì che la società, il suo tessuto culturale ed i giovani in particolare, avvertano i beni culturali come una parte importante della loro vita, della loro storia e del loro patrimonio.

In Italia un esempio concreto di come le nuove tecnologie offrano infinite potenzialità di sviluppo anche economico per i beni culturali viene sicuramente dal MANN, il Museo archeologico nazionale di Napoli.

Il direttore Paolo Giulierini ha sottolineato come le visite al museo siano cresciute addirittura del 30% arrivando quasi al record storico di 500mila visitatori annui anche e soprattutto grazie ad un piano strategico triennale che ha messo al centro dell'azione amministrativa e gestionale la comunicazione e l'utilizzo delle nuove tecnologie.

Dal miglioramento del sito web, alla creazione degli account social e del logo per poi procedere alla diffusione dei contenuti del museo attraverso altri canali, primo fra tutti l'animazione e i fumetti.

Basti pensare al primo *videogame* al mondo prodotto da un museo. Presentato nel marzo 2017 ad oggi ha ottenuto 950mila *download*, 242mila visualizzazioni su YouTube e oltre 11mila recensioni.

Ha spiegato Giulierini:

> Si tratta di pensare a nuove modalità di considerare e veicolare i contenuti culturali e turistici ed è un percorso che proseguiremo attraverso app, realtà aumentata e stampe e modelli 3d per l'esplorazione tattile.
>
> L'obiettivo è quello di coinvolgere il pubblico attraverso strumenti di mediazione tecnologica, senza mai dimenticare che le risorse umane hanno un ruolo prevalente rispetto alla tecnologia.