



testo elaborato per il tema di studio

“Valorizzazione integrata del Patrimonio Culturale Toscano e Fiorentino tramite i Media”

A cura di:

Oriana Bonifazi, Fabiola Cangiano, Giada Comina, Luca Cusimano, Rebeca de Puigdorfila, Chiara Fazio, Valeria Gabrielle, Giovanni La Motta, Alessandra Puleio, Francesca Saccini, Eleonora Saladino, Angela Sardini, Filippo Sarti, Cristina Scipioni e Eunice Zerbini

Coordinamento e direzione di:

Paolo Pieri-Nerli



Workshop progettuale del corso

“Tecnico Qualificato nella Valorizzazione dei Beni Culturali per le Imprese e il Territorio” – edizione 2018

Indice:

Premessa.....	pag. 5
Introduzione	pag. 7
Capitolo 1 [ANALISI]	pag. 9
Industrie Creative	pag. 9
TV e industrie creative	pag.14
Il Cinema	pag.17
La Musica	pag. 25
<i>Performing arts o culture</i>	pag. 32
Sartoria teatrale	pag. 35
APP	pag. 38
Tecnologie 3D	pag. 54
Film commission	pag. 63
Italian Film Commission	pag. 66
Film Commission e valorizzazione del territorio	pag. 69
Toscana Film Commission	pag. 74
Complesso San Firenze	pag. 82
Horizon 2020 – Europa creativa	pag. 97
BBCC e Media - Beni Museali	pag. 100
Dimore storiche in Toscana	pag. 148
Palazzi e Media (Firenze)	pag. 152
Media: le ville, i giardini e i parchi storici	pag. 157
Piazze	pag. 161
Beni paesaggistici	pag. 176
SWOT Analisi	pag. 184
Capitolo 2 [TESI]	pag. 185
Introduzione Tesi	pag. 185
Pubblici e Media: il Cinema	pag. 186
Docufilm	pag. 192
La comunicazione tramite audio media. La radio	pag. 207
Canali digitali : serie TV	pag. 211
Canali on line	pag. 218
TV agli anziani e Web ai giovani	pag. 226
Google Arts & Culture	pag. 238
AirBnB Experiences	pag. 243

TECNOLOGIE: I Big Data e l'Intelligenza Artificiale	pag. 249
Realtà Aumentata	pag. 255
Realtà Aumentata e interferenza con i Media	pag. 264
Tecnologie 4.0: cosa sono e come funzionano	pag. 267
Account Manager e Product placement	pag. 279
Stakeholders (valutazione di contesto)	pag. 283
SWOT Tesi	pag. 287
Capitolo 3 [SINTESI]	pag.288
Introduzione Sintesi	pag. 288
Canali di comunicazione per i Beni Culturali	pag. 289
MUSEI: nascita dei musei nazionali in Italia	pag. 291
Ai tempi del Bargello	pag. 296
I Media nelle sale dei musei: “statue parlanti”	pag. 297
Videogioco “save your past”	pag. 300
BENI ECCLESIASTICI - Ordini monastici	pag. 302
La valorizzazione dei PALAZZI storici fiorentini	pag. 313
Dimore storiche fiorentine “in a nutshell”	pag. 314
Le famiglie oligarchiche: dai Gondi ai Corsini	pag. 316
PIAZZE - Calcio storico fiorentino e Media	pag. 322
ARCHEOLOGIE: Fiction “precarieMenti”	pag. 332
Nutshell: la scienza in mini – “archeoscarto”	pag. 337
Nutshell: la scienza in mini – il teatro nel tempo	pag. 341
Nutshell: teatro romano “Tell tale”	pag. 347
Restituzione di San Firenze a Teatro della Città (Videomapping e AR) .	pag. 354
Il lavoro grafico del progetto	pag. 360

Allegato: “Bando” pre-progettuale

Premessa

Il “**testo**” che segue è da intendersi quale **raccolta di contributi** prodotti dagli allievi escaturiti dagli approfondimenti e dalle riflessioni e discussioni maturate all’interno della fase di *Workshop* del corso in *management* dei Beni Culturali. Il *workshop*, della durata di cinque settimane a cavallo dei mesi di giugno-luglio 2018 e alla conclusione del periodo di lezioni, ha come scopo lo sviluppo di un **progetto di valorizzazione** incentrato su beni culturali locali (un museo, una ricorrenza o un patrimonio specifici, ovvero non puramente didattici) e affrontato con le metodiche proprie della pratica contemporanea di settore e in particolare della “**progettazione integrata**”, sviluppata negli ultimi 20-30 anni per i cosiddetti “**patrimoni territoriali**” ovvero afferenti ad una determinata area geografica che costituisce fondamentale **chiave interpretativa** per la **coerenza del progetto** di valorizzazione e per la sua sostenibilità. In tal senso l’esperienza progettuale mira a praticare tale approccio e completare coerentemente la formazione per il conseguimento del titolo di “Tecnico qualificato nella valorizzazione dei beni culturali per le imprese e il territorio”.

Finalità del *workshop* è anche praticare un’esperienza di **lavoro in gruppo** all’interno di spazi dedicati, tempi cadenzati e obiettivi nonché modalità che vengono via via definite e condivise per produrre un progetto di valorizzazione pensato e sviluppato dalla classe in coerenza logica con tali assunti e con un certo grado di definizione. Eccetto la scelta del tema e l’attività di indirizzamento e coordinamento, alla classe è lasciato un margine di auto-gestione (anche in merito ad alcuni specifici approfondimenti ed in parte alle modalità operative) in modo da permettere l’esperienza delle problematiche che sempre e naturalmente si vengono a generare nel confronto fra diverse competenze, culture e caratteri ovvero nel lavoro d’*equipe*, ove tende a prevalere la spinta motivante per il raggiungimento di un obiettivo costruito assieme. Operativamente l’attività di progettazione si è attenuta alle linee guida e alle richieste formulate all’interno di un “bando di gara”, consegnato all’avvio del periodo di lavoro e qui allegato in calce, in cui oltre ai desiderata della “stazione appaltante”, si esplicitano anche i “*deliverables*” (o consegne) e le relative scadenze.

In questa edizione del *workshop* lo studio ha affrontato il tema dei “**Media**” (e in particolare dei cosiddetti “Mass Media”) quali strumenti di promozione e valorizzazione dei beni culturali. Sebbene il tema sia concettualmente astratto e possa non necessitare di un contesto di riferimento, lo si è affrontato pensando ad una situazione reale fiorentina e ad un insieme di patrimoni che vi ruota attorno. In tal senso è stato indicato il **complesso di San Firenze** e i patrimoni che si affacciano sull’omonima piazza (i.e. il Museo del Bargello, la chiesa della Badia Fiorentina, il palazzo Gondi ecc.) quale luogo di riferimento e “palestra” per esercitare le idee e l’approccio creativo, in questo caso ancora più significativo. Lo stesso complesso, in origine sede della congregazione locale dei seguaci di San Filippo Neri e più di recente del Tribunale di Firenze ora traslocato in zona periferica, ha recentemente individuato la sua destinazione d’uso a seguito dell’insediamento della Fondazione Zeffirelli che lo ha condotto alla definizione di “palazzo dello spettacolo”.

In base alle caratteristiche del contesto urbano fiorentino e dati gli approfondimenti di analisi e contestualizzazione nonché di tesi, si è quindi giunti a sviluppare delle **proposte di valorizzazione** a partire dalle “categorie” dei beni culturali abbinabili a quelli di riferimento locale e utilizzando format e modalità comunicative proprie dei Media e del più ampio settore che oggi, grazie alla digitalizzazione, si allarga alla disponibilità della rete internet e quindi ai settori produttivi individuati con il termine di Industrie Culturali e nello specifico di quelle legate alla Cultura.

Sebbene perfettibili e approfondibili, tali proposte sono da intendersi come esemplificative dei risultati di un metodo di lavoro e dei suoi potenziali, non certo del tutto espressi dati i tempi a disposizione e la mancanza di un più ampio ventaglio di competenze specifiche.

Data la natura di alta specializzazione del corso si predilige qui compiere un’esperienza d’“avanguardia”, sebbene sostenuta dalla valutazione di pratiche correnti in ambito nazionale e

internazionale, dando consequenzialità progettuale a riflessioni e spunti di ricerca sui valori e sui potenziali espressivi/educativi insiti in ciascun tipo di patrimonio culturale, sia esso materiale che immateriale.

In quanto **raccolta di contributi**, in particolare per la fase di **Analisi** o studio del patrimonio e per le ricerche abbinata allo sviluppo della **Tesi** o "idea forza" e della **Sintesi progettuale**, questo "testo" è anche l'occasione per mettere nero su bianco e lasciare una traccia futura delle molteplici riflessioni, ricerche e discussioni condotte a più riprese all'interno del periodo di lavoro in gruppo. Per questo motivo le differenze di stile rintracciabili sono state volutamente lasciate nel rispetto degli originali elaborati dei vari allievi.

In ultimo non va dimenticata l'esperienza di **presentazione al pubblico** del lavoro svolto che si realizza in apposita sede tramite la proiezione di una sintesi per testi e immagini che viene realizzata e commentata dagli stessi allievi.

Introduzione

Affrontare il tema del **rapporto fra Media e Beni Culturali** per prospettare i possibili sviluppi dei primi in **chiave promotiva o valorizzativa** dei secondi, richiede alcune necessarie precisazioni e distinguo. Innanzitutto non è certo un rapporto assente sebbene tipicamente si possa interpretare più in chiave educativa che non valorizzativa. I Beni Culturali, materiali o immateriali che siano, sono quasi sempre veicolati dai Media per un pubblico di interessati ovvero per quel pubblico che per molteplici motivi dimostra già un qualche interesse verso tali contenuti.

In seconda battuta si deve constatare che se la **valorizzazione** significa far giungere un messaggio ad un pubblico più vasto e quindi non necessariamente interessato, l'utilizzo dei Media dovrebbe essere una pratica diffusa a tale fine; il fatto che per i Beni Culturali non lo sia o lo sia in maniera marginale, significa molte cose e concretamente che questa pratica, se la si vuole sviluppare, debba essere almeno in parte **strategica e quindi sovvenzionata**.

I Media in sé rappresentano poi un settore dai confini che con l'avvento di internet si sono certamente estesi, estendendo di pari passo anche l'importanza e la delicatezza del loro ruolo di comunicatori di molteplici contenuti e ovviamente anche di culture. Si dovrà quindi meglio parlare di **Mass Media** (i classici Radio, Cinema, TV, Stampa che hanno caratterizzato gran parte del XX secolo) ma soprattutto di **New Media** ovvero gli eredi dei primi nell'era digitale del "world wide web" che per alcuni dovrebbero chiamarsi *reMedia* (dal latino *remediare*) in quanto rimodulano la comunicazione rimediando alle limitazioni storiche e permettendo non solo una comunicazione "one to one" ma "many to many". Quest'ultima è poi anche nota col termine di "social media" le cui implicazioni sono sotto gli occhi di tutti e la cui delicata interazione col settore dei Beni Culturali sarà solo parzialmente valutata nel presente studio e proposta progettuale.

Peraltro alcuni autori hanno sottolineato come la **crescente virtualizzazione della realtà**, se non delle relazioni sociali, faccia sì che conosciamo sempre più in maniera indiretta o mediata appunto. Che la complessità dell'ambiente reale e anche la crescente quantità di informazioni che lo riguardano, necessiti di **immagini mentali semplificate** che ce lo possano rendere **meglio comprensibile**; i New Media avrebbero in questo processo un ruolo cruciale "contribuendo a costruire e socializzare rappresentazioni di realtà che gli individui tendono sempre più a utilizzare come guida pratica di orientamento" (G. Tiplado, Torino 2007).

Del resto i trend socio culturali più rilevanti vengono anche sintetizzati con l'acronimo delle 5 "I" ovvero:

- Individualizzazione (crescita della libertà di definizione delle proprie scelte di vita)
- Internazionalizzazione (o anche globalizzazione sempre più percepibile nel quotidiano)
- Informalizzazione (ovvero l'informalità crescente nelle relazioni interpersonali con lo smantellamento delle gerarchie sociali)
- Intensificazione (relativamente alla componente esperienziale in particolare durante il tempo libero o il divertimento)
- Informatizzazione (l'ubiquitarità dell' ICT nella vita di tutti i giorni).

Date comunque le **premesse del "bando"** che al tema del rapporto fra patrimoni e Media in chiave valorizzativa ha voluto fornire anche un "palcoscenico" reale di situazioni sulle quali esercitare la proposta progettuale, l'**Analisi** che qui segue e che costituisce una selezione di approfondimenti tematici, si sofferma sulla qualificazione del complesso di San Firenze allargata ai monumenti che si affacciano sulla omonima piazza. Prosegue quindi con una lettura in chiave

locale e nazionale dei settori delle**Industrie Creative**operanti nel campo dei New Media e
individua i rapporti già operanti fra questi e varie tipologie di beni culturali individuate a partire dagli omologhi esempi fiorentini suddetti.

A questi aspetti, già richiesti dal “bando”, si sono aggiunti due approfondimenti che sono stati ritenuti importati:

- il primo sulle finalità e i modi operativi delle “**film commission**” regionali sia perché quella Toscana è fra le più attive in ambito nazionale sia perché la loro azione istituzionale, così prossima ad un Media importante quale il cinema e l’audiovisivo, è stata ritenuta un modello fra quelli assimilabili nella definizione di un soggetto che si possa fare promotore e operatore delle pratiche sviluppate nella sintesi;
- il secondo sulle potenziali linee di finanziamento offerte dai **bandi Europei** afferenti al programma quadro “Horizon 2020” e in particolare al sottoprogramma “Media”.