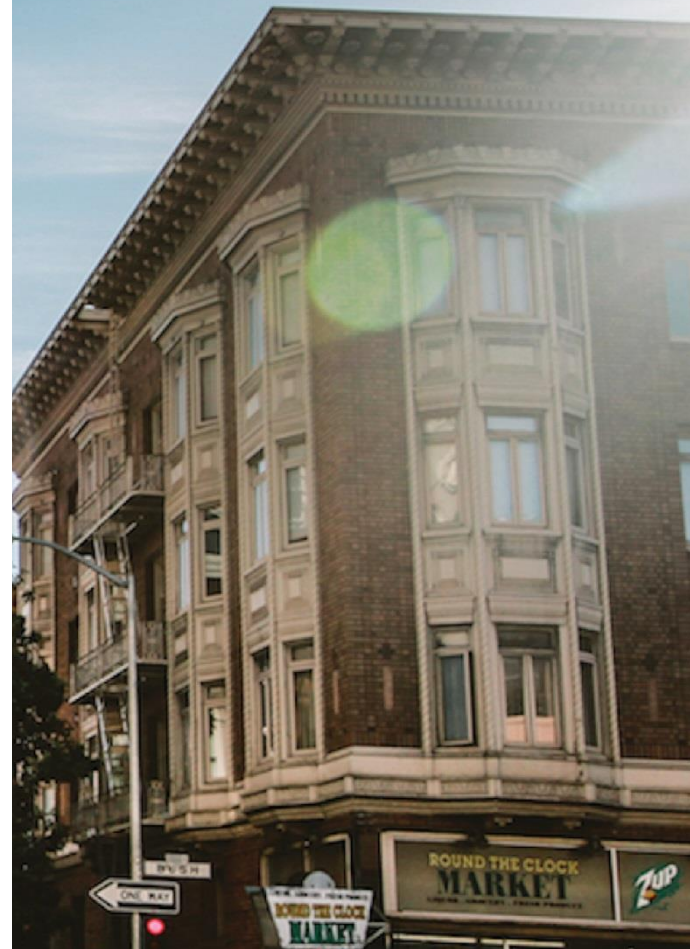


Relazione Conclusiva

IL PROGETTO NO MORE WARS: UN
MODELLO SPERIMENTALE PER IL
NETWORK TERRITORIALE



Unione europea



REGIONE
LAZIO



Autore: Istituto Luigi Sturzo

Co-Autore: Take Off 2011

POR REGIONE LAZIO 2014-2020 FESR

**ATELIER MEMORY GATE – LA PORTA DELLA MEMORIA
(CASSINO)**

**POR FESR REGIONE LAZIO 2014 – 2020
ASSE III COMPETITIVITA’ – AZIONE 3.3.1**

PROGETTO NO MORE WARS

RELAZIONE CONCLUSIVA

Il progetto No More Wars è stato finanziato nell’ambito del POR FESR 2014-2020 della Regione Lazio

Scopo del progetto era quello di realizzare un innovativo modello sperimentale di valorizzazione il cui fulcro fosse rappresentato da un percorso multimediale - installato negli spazi previsti dall’avviso presso l’Atelier di Cassino – capace di far vivere ai visitatori, un’esperienza descrivibile come un viaggio nella memoria, la cui forma narrativa fatta di immagini e suoni siano in grado di trasformare il racconto in una esperienza fortemente emotiva per il visitatore.

L’allestimento è stato inaugurato il 6 dicembre del 2019 ed è rimasto aperto al pubblico per un mese.

L’allestimento ha rappresentato un’innovativa modalità di impiego di tecnologie multimediali per la fruizione di contenuti culturali, la cui forza sta nell’essere di forte impatto emotivo. Infatti, l’impiego di proiettori ad alta definizione, il gioco di luci, la distribuzione armonica degli impianti audio, sono elementi che nel loro insieme renderanno l’esperienza unica.



REGIONE
LAZIO



realizzato
per l'iniziativa



la Guerra non e un Gioco

Installazione multimediale interattiva a cura di Kaos Produzioni
dal 6 dicembre 2019 ore 16.00 Atelier Memory Gate, via S.Marco, 23 - Cassino



PROGETTO E REALIZZAZIONE KAOS PRODUZIONI PRODUZIONE ISTITUTO LUIGI STURZO, ROMA DIREZIONE ARTISTICA STEFANO GARGIULO SOUND DESIGN BRUNO TROISI PROGETTO SOFTWARE E INTERAZIONE ANTONIO SPAGNUOLO
SCENEGGIATURA ANGELO MOZZILLO, STEFANO GARGIULO IMMAGINI VIDEO KAOS PRODUZIONI EDITING VIDEO BEATRICE GIOVANNINI, ESTER BARIONI MOTION GRAPHIC E POSTPRODUZIONE NICOLÒ FACCHINETTI,
ESTER BARIONI ALLESTIMENTO SCENICO STELLA CACULLI, EMMA LEONI COORDINAMENTO VITTORIO RINALDI PRODUZIONE GIORGIA CHIERA VOCI PIETRO PIGNATELLI, NICOLÒ FACCHINETTI
IN VIDEO TERESA SIRIA GARGIULO ALLESTIMENTO BIANCHI E BIANCHI IMPIANTI TECNICI GIPIGI S.A.S.

Graphic by Nicolò Facchinetti



La memorializzazione digitale e lo storytelling, resi fruibili attraverso le tecnologie multimediali, rappresentano, per le finalità dell'investimento, lo strumento principale, per attirare pubblici ampi e diversificati. L'evento della durata di un mese ha dato risultati soddisfacenti in termini di visitatori anche se si è svolto in parte durante le feste tra Natale e l'epifania.

L'installazione

L'installazione multimediale, a cura di Kaos Produzioni, ha un titolo tanto semplice quanto chiaro: La guerra non è un gioco. Si propone di restituire in piccola parte il senso di nevrosi, inquietudine, persino di cinismo che accompagnano i periodi bellici vissuti non solo nelle zone di guerra, ma anche dai civili che restano in casa. Un'operazione immersiva che assume tanto più valore in un posto come Cassino, luogo simbolico del conflitto bellico e dei suoi errori fatali.

Il visitatore è invitato ad entrare all'interno di un parallelepipedo nero: sul fondo, l'immagine retroproiettata di una scena di fiera di paese dove oscillano quattro palloncini colorati, su ognuno dei quali è disegnato un viso umano. Davanti alla scena è posto un fucile munito di sensore. Chi sceglierà di non utilizzarlo, non turberà l'atmosfera giocosa e potrà passare oltre. Chi invece lo imbraccherà, decidendo di colpire e di far scoppiare uno ad uno tutti i palloncini, modificherà l'assetto iniziale.

La scelta dell'utente diventa dunque parte fondamentale del processo artistico: una volta scelta la violenza, non è più possibile tornare indietro.

Allo scoppiare del quarto palloncino lo spazio installativo verrà invaso dal buio e da rumori sempre più ingombranti.

Sono i rumori della guerra: spari, mitraglie, bombe, sirene d'allarme, diffusi da un sistema di casse spazializzate. L'oscurità verrà squarciata da strisce di luce, flash, lampeggi lontani. Per alcuni secondi l'utente si ritrova ad esperire in minima parte lo spaesamento della guerra.

Subito dopo si ritornerà all'atmosfera giocosa da fiera presente durante la loop: ma è un'atmosfera straniante, piena di giocattoli antiquati e guasti, sporchi e dall'aspetto inquietante.

La voce fuoricampo di un imbonitore introdurrà l'utente in una fredda e sprezzante fiera in cui la guerra diventa prodotto, impacchettata e commercializzata per l'ignaro acquirente in tutte le sue varianti: guerra lampo, guerra totale, guerra mondiale...

Azioni

La presenza dell'Historiale, il confronto con quest'ultimo, ha richiesto interventi armonici, non invasivi. L'utilizzo di strumenti multimediali resta la soluzione ottimale in questi casi. Gli spazi dell'atelier presentano caratteristiche meno monumentali ma più dinamiche, le cui peculiarità architettoniche ben si prestano alla realizzazione delle installazioni multimediali. Il progetto installativo ha dovuto prestare molta attenzione sia all'aspetto illuminotecnico che a quello allestitivo. Il controllo della luce naturale del luogo rappresenta un punto fondamentale per l'allestimento scenico.

Le fasi di realizzazione su cui si è concentrata l'attività di direzione, regia e supervisione sono le seguenti:

- Progetto installazione
- Adattamento contenuti forniti da Istituto Sturzo;
- Sceneggiatura
- Elaborazione software di interfaccia grafica (Editing, post produzione video e audio, ecc.);
- Elaborazione software di messa in onda e interazione;
- Riprese video in full HD, Progetto sonoro, registrazioni e speakeraggio.

Software e tecnologie

La gestione dell'installazione ha previsto la progettazione e successiva realizzazione dei software dedicati al funzionamento dell'installazione. L'attività è stata affidata alla Labfor.

Per quanto riguarda il software messa in onda e sincronizzazione, si è trattato di progettare e realizzare il sistema per la gestione della messa in onda e la sincronizzazione dei contenuti audio e video e la gestione delle luci.

Per quanto riguarda quello relativo all'interfaccia grafica e all'interazione si è trattato di progettare e realizzare il sistema per gestire l'interazione con i visitatori e l'elaborazione del relativo software.

In entrambi i casi il lavoro è stato condotto per *step*. Nel primo si sono individuati i fabbisogni attraverso una serie di incontri in cui sono state definite le linee guida da seguire. Un secondo *step* in cui i software sono stati sviluppati e testati in studio e l'ultimo, svolto presso l'Atelier di Cassino, in cui i software sono stati trasferiti nelle tecnologie installate e testati per garantirne i risultati.

Le lavorazioni hanno avuto un arco temporale che va dalla fine del 2018, quando sono stati effettuati i primi incontri con i responsabili dell'Istituto Sturzo, alla fine di novembre 2019 quando è stata completata l'installazione multimediale nell'Atelier di Cassino, successivamente inaugurata, alla presenza dei responsabili della

Regione Lazio, del Comune di Cassino e dell'Istituto Sturzo, il 6 dicembre 2019.

Un filmato di documentazione dell'installazione realizzata è stato caricato su youtube ed è consultabile al seguente link: <https://www.youtube.com/watch?v=PBt1XQ0aySg&t=86s>

Ad integrazione e con l'obiettivo di migliorare ed ampliare l'impatto dell'allestimento è stata realizzata una WebApp (nomorewars.it) fruibile da P.C. e da smartphone estremamente agile e con grande efficacia comunicativa e promozionale. Tale strumento entrerà a pieno titolo nel sistema integrato insieme al network territoriale (vedi paragrafo successivo).

L'attività affidata alla Labfor consiste nella realizzazione dell'infrastruttura software per la fruizione di contenuti culturali basata sull'utilizzo di tecnologie multimediali che lavorano sincronizzate per raggiungere l'obiettivo di creare un ambiente a forte impatto emotivo e rievocativo.

L'attività è consistita quindi nella creazione di software dedicato per:

- Gestire le tecnologie e gli apparati multimediali utilizzati.
- Sincronizzare i contenuti audio, video e le luci.
- La messa in onda dei contenuti prodotti.
- Governare la sensoristica e quindi l'interazione con il pubblico.

Inoltre, sono state realizzate le elaborazioni grafiche dei contenuti video da impiegare sia per le fasi di *loop* che per quelle successive all'avvio dell'applicazione.

Sistema di governance

La realizzazione del Museo Historiale, avvenuta ormai più di 10 anni orsono, ha prodotto un primo significativo risultato: quello di avviare sul territorio del Comune di Cassino un importante progetto culturale punto focale di una più ampia attività espositiva nella quale via via innestare nuovi spazi, non necessariamente riconducibili ad un'offerta museale, ma interconnessi ad un unico modello gestionale.

Le recenti modifiche normative relative all'assetto, ai compiti e alle funzioni delle competenze regionali e comunali giungono pertanto proprio mentre è in corso, e a breve si concluderà, uno degli step più significativi tra quelli programmati per il recupero

funzionale dell'intero complesso con gli interventi previsti nell'ambito del progetto denominato Atelier Memory Gate di Cassino promosso dalla Regione Lazio.

In una fase così delicata di modifica degli assetti normativi, obiettivo di grande rilievo, se non addirittura prioritario, diviene quello di garantire la sostenibilità dell'iniziativa la quale dunque non potrà essere inquadrata ed esaminata alla luce di vecchi stereotipi secondo i quali la gestione dell'Atelier avrebbe visto la Regione Lazio, in ragione della rilevanza pubblica del patrimonio, direttamente coinvolta nella copertura economica complessiva dell'immobile e nella gestione dei servizi.

D'altra parte l'Amministrazione Comunale, competente per il Museo Historiale, aveva già ampiamente preso coscienza di tale problematica senza riuscire a definire un modello efficace di governance con la conseguenza che anche l'Atelier potrebbe subire, a ricaduta, un serio problema gestionale.

Tra i servizi culturali a valore aggiunto occorre citare prima di tutto le numerose attività laboratoriali, tra i servizi commerciali occorre fare riferimento a quelli relativi a un bookshop, alla ristorazione (caffè letterario e ristorante), all'organizzazione di eventi di intrattenimento che potranno svolgersi sia all'interno del complesso sia all'aperto.

Pertanto pare opportuno distinguere tre diverse funzioni che caratterizzano il progetto: attività culturali vere e proprie, sia di tipo "tradizionale" sia di tipo "innovativo", che potrebbero riguardare l'intero complesso e altre realtà, come la nuova biblioteca comunale: trasformata in una moderna biblioteca di pubblica lettura, sul modello anglosassone ormai sperimentato in modo assai efficace in numerosi istituti del nostro paese;

attività culturali a valore aggiunto, oggi non erogate da nessuna istituzione appartenente alla amministrazione comunale ed anche a quella statale, che dovranno essere affidate a soggetti esterni e che favoriranno la nascita di una rete di collegamenti valorizzando al massimo le migliori associazioni ed istituzioni culturali "private" presenti sul territorio comunale;

attività commerciali vere e proprie, da affidare a soggetti privati da selezionare in ambito locale.

Riguardo la sostenibilità dell'intera iniziativa:

le prime attività, quelle culturali "tradizionali" ed "innovative", rappresenteranno una voce di costo, quindi avranno un segno negativo (-), quando saranno esaminate dal punto di vista della sostenibilità e sulla base del piano economico-finanziario che ne è alla base; le seconde attività, quelle culturali a valore aggiunto, sempre nell'ottica del piano economico-finanziario, rappresenteranno invece una voce in pareggio, quindi avranno segno uguale (=), in quanto i soggetti che saranno selezionati e ritenuti i più idonei a

realizzarle dovranno autosostenersi e non pesare, nemmeno per un euro, sul bilancio del Comune o di chi, in un eventuale assetto futuro, potrà avere la responsabilità istituzionale del complesso riconducibile al Museo Historiale;

le terze attività, quelle commerciali, rappresenteranno una voce in attivo, quindi avranno segno positivo (+), in quanto i soggetti che saranno chiamati a realizzarle trarranno un profitto dalle stesse, parte del quale coprirà una percentuale delle voci di spesa.

Modello organizzativo

La combinazione delle tre diverse attività e dei servizi consentirà di realizzare appieno gli obiettivi strategici che la Regione si è posta come ratio del progetto Atelier solo a condizione che il modello organizzativo, quindi la governance dell'intero complesso, consenta a ciascuno dei soggetti (parte pubblica; associazioni/istituzioni "private" per i servizi culturali a valore aggiunto; privati, senza virgolette, per i servizi commerciali) di svolgere al meglio il ruolo che gli è stato attribuito individualmente e di trarre al tempo stesso il massimo profitto dalle iniziative degli altri interlocutori.

Il modello di governance proposto deve dunque rispondere appieno a questo requisito: piena responsabilità individuale di ciascun soggetto partecipante alla gestione dei diversi servizi e, al tempo stesso, solidarietà tra i diversi soggetti, ciascuno dei quali dovrà trarre vantaggi e benefici dall'integrazione della propria attività con quella degli altri.

Per riassumere sono state individuate tre diverse attività:

pubbliche, capace di offrire i servizi tipici di una moderna offerta culturale;

"private", nelle forme di gestione a controllo pubblico indiretto, delle associazioni/istituzioni culturali presenti sul territorio comunale, capaci di coinvolgere appieno la cittadinanza in tutte le sue diverse articolazioni anagrafiche, economiche, sociali, culturali, ecc.;

private, nelle forme integralmente commerciali senza interferenza gestionale pubblica, proposte dai soggetti selezionati, anche a livello regionale e nazionale, capaci di dar vita ad attività commerciali innovative e finalizzate a creare nuovi modelli di intendere e vivere sia la ristorazione tradizionale (caffè letterario e ristorante) sia i grandi eventi di intrattenimento ed il bookshop.

Piano di comunicazione

Sulla base delle caratteristiche del progetto si è ritenuto opportuno, per un giusto posizionamento del progetto nel mercato, di predisporre una comunicazione differenziata a seconda dei diversi pubblici di riferimento:

studio ed elaborazione del logo di progetto;

creazione di grafiche specifiche per il progetto (roll up, brochure, ecc.);

redazione di testi ad hoc (info per social; comunicati stampa, inviti, ecc.);

supporto alla comunicazione del soggetto attuatore;

attivazione di contatti diretti con i responsabili degli altri progetti che insistono sull'Atelier;

redazione di comunicati stampa, predisposti da uno specifico Ufficio Stampa attivato ad hoc;

invio di informazioni sul progetto utilizzando la mailing list (di circa 8000 indirizzi) dell'Istituto Luigi Sturzo;

predisposizione delle pagine informative sul progetto sul sito dell'Istituto Luigi Sturzo.



Il progetto No More Wars, per posizionarsi nel contesto culturale di riferimento ha dovuto **proporsi con un approccio innovativo**. Le nuove tecnologie e il loro utilizzo non dovevano essere percepite come azioni a cui far seguire in modo meccanico reazioni da parte degli utenti ma, come portatrici di un “approccio filosofico” dal quale doveva discendere una precisa

strategia. I risultati che possono derivare da un utilizzo più immersivo e pervasivo delle nuove tecnologie dovevano essere visti come un sistema dinamico, all'interno del quale

devono convergere le strategie di Audience Development, gli obiettivi di marketing e di comunicazione, le finalità che afferiscono ai comparti educativi e alla programmazione scientifico-culturale della singola istituzione culturale.

Migliorare l'esperienza di fruizione, ovvero sfruttare le potenzialità esperienziali che le nuove tecnologie offrono per creare un livello di coinvolgimento maggiore che trascenda la semplice veicolazione di contenuti aggiuntivi e tocchi la sfera emotiva con un arricchimento personale.

Sperimentare approcci nuovi di avvicinamento alla cultura

In tal senso la comunicazione e gli interventi erano chiamati a dover:

generare interesse e "bisogno di acquisto" in corrispondenza del segmento dei gestori della struttura culturale, a partire da quelli operanti in corrispondenza di siti "non primari", ovvero sia non afferenti ai principali circuiti turistici comunemente promossi al largo pubblico;

generare curiosità ed interesse e volontà di investire anche presso soggetti "terzi", non gestori di siti rilevanti ma che, ad esempio in qualità di sponsor, possano essere indotti a finanziare l'attivazione di una o più specifiche istanze in corrispondenza di siti di valore storico, artistico o culturale.

Obiettivi del Piano di Comunicazione

- far conoscere l'Atelier Memory Gate;
- far emergere le opportunità di valorizzazione e fruizione del patrimonio storico;
- far apprezzare l'adattabilità del prodotto e i processi standard;
- far apprezzare i tempi brevi e i costi ridotti di implementazione per una nuova realizzazione;
- suscitare interesse nei potenziali fruitori del prodotto;
- offrire al visitatore la possibilità di effettuare una visita immersiva;
- stimolare i potenziali visitatori alla fruizione dei prodotti.

Obiettivi specifici dei processi di comunicazione

Gli Obiettivi:

- suscitare curiosità negli utenti attraverso una buona campagna pubblicitaria del progetto;

-
- massimizzare l'ampliamento del pubblico (stakeholder ed utenti)
 - creare interesse negli stakeholder e far apprezzare l'innovatività della soluzione;
 - promuovere elementi di riconoscibilità del progetto (loghi, simboli, strumenti applicativi)
 - utilizzare tutti i canali e i network di comunicazione

No More Wars: un modello di musealizzazione degli archivi storici e degli Istituti culturali

Lo scopo del progetto No more wars era quello di realizzare un modello innovativo trasferibile di offerta culturale dove “la forte competenza artistica del programma d’investimento, relativa alle installazioni multimediali aggiunge un elemento di “contaminazione”, rispetto ad un’ordinaria attività di divulgazione, tale da rendere il progetto un modello sperimentale trasferibile in altri siti culturali” [...] “La forza del programma d’investimento proposto sta proprio nella replicabilità del modello e nella sua esportabilità in ogni sito culturalmente rilevante. Uno dei principali esempi in Italia del suddetto modello lo ritroviamo a Napoli presso la Fondazione Cartastorie, dove lo stesso artista a cui ci rivolgeremo, ha creato un percorso multimediale di grande fascino (<http://www.ilcartastorie.it/percorso-multimediale/>) in grado di raccontare le storie contenute nei documenti d’archivio...” [...] “L’innovativo modello di valorizzazione ha il fulcro in un percorso multimediale [...] capace di far vivere ai visitatori, un’esperienza descrivibile come un viaggio nella memoria, la cui forma narrativa è fatta di immagini e suoni...” “L’installazione multimediale quindi, sarà in grado di offrire forti suggestioni al visitatore...” (cit. Mod.9-formulario, descrizione del progetto).

Dai musei d'impresa alla musealizzazione degli archivi storici

L’esperienza dei musei connessi agli archivi delle imprese certifica nella diffusa realtà italiana e internazionale la possibilità di realizzare una forte sinergia tra fonti archivistiche e ambienti (da intendersi nella più ampia accezione di luoghi fisici e digitali) in funzione di nuovi modi di comunicare e conoscere.

Nel 2002 l'Associazione Museimpresa sancì che: "Si intendono musei d'impresa, istituzioni o strutture che sono emanazione di un'attività economica di un'impresa, di un distretto, di una tradizione produttiva con significativi legami con il territorio e che sono

espressione della politica culturale d'impresa", facendo riferimento ai soggetti costitutivi, alle relazioni con il contesto e al loro ruolo culturale.

Una tendenza che permette anche a realtà come l'Istituto Luigi Sturzo di inserirsi con un modello di offerta museale che prendendo le mosse dal progetto No more wars sfrutti appieno tutto il potenziale del suo patrimonio archivistico in un luogo fortemente identitario (Palazzo Baldassini) di grande attrattività architettonica e artistica. Cosicché, per analogia sperimentale, si possa paragonare una fabbrica o un'azienda (connotata da una identità connessa ad una produzione) all'Istituto Sturzo come "fabbrica culturale" in possesso di una rilevante identità "aziendale". La produzione culturale diviene così la cifra stessa del racconto che si esplica in un percorso museale digitale.

Negri, nel 2003, comprese nell'espressione musei aziendali anche tutti i musei originati a diverso titolo da un'azienda e il cui patrimonio sia strettamente connesso all'attività specifica dell'impresa.

Dunque, nei musei d'impresa si devono ritrovare, anzitutto, gli oggetti, i prodotti realizzati nel corso del tempo nelle fabbriche, nei laboratori artigiani e negli opifici. E' importante ricordarsi sempre che ogni oggetto ha una propria storia, è frutto di un sistema di relazioni, per esempio, tra chi lo ha progettato, prodotto, messo in commercio e usato ed ha anche un valore simbolico; per tutti questi motivi necessita di un museo aziendale che lo racconti.

Però, ovviamente, non tutti gli oggetti possono essere esposti; dunque, vanno effettuate delle scelte, che di solito vertono sugli oggetti unici e su quelli esemplari.

Detto ciò, distinguiamo tra due realtà, che hanno alcuni punti in comune ma che sono anche molto diverse, nonché la collezione e il museo.

Invece, il museo aziendale non si caratterizza solo con l'esistenza di un percorso espositivo, ma concorrono a identificarlo anche altri elementi, quali:

1. il rapporto col pubblico;
2. la definizione di obiettivi specifici;
3. uno stanziamento adeguato alla copertura dei costi di gestione;
4. uno spazio fisico adatto all'esposizione della raccolta;
5. personale qualificato (direttore, restauratori, custodi, guide);
6. la definizione delle modalità di apertura al pubblico;
7. l'organizzazione di attività comunicazionali e didattiche (pubblicazioni, ricerche, conferenze, ecc.).

Per quanto riguarda la natura e le tipologie, il pubblico è un insieme di persone interessate a questo determinato ambito culturale, che vi si reca fisicamente e/o che lo

visita virtualmente, ben definibile per caratteristiche, culture e aspettative; può essere composto da giovani di età diverse, adulti colti e interessati in maniera particolare o solo curiosi, stranieri di passaggio e passionisti solitari.

Questa realtà offre interessanti spunti di riflessione su tutte quelle realtà che propongono informazioni e contenuti culturali di natura specialistica (come l'Istituto Luigi Sturzo). La divulgazione storica negli ultimi anni ha dimostrato, in virtù del successo di iniziative rivolte ad ampi pubblici (Lezioni di storia all'Auditorium di Roma oppure le trasmissioni su Rai Storia), che la contestualizzazione storica ovvero la narrazione di fatti storici con linguaggi e con l'uso di fonti diverse è in grado di attrarre fruitori con profili culturali differenti. Senza per questo far venir meno la "missione" prioritaria di chi producendo cultura accresce la conoscenza e la consapevolezza.

Le aspettative del pubblico sono in continua evoluzione nel tempo, in conseguenza agli interessi, agli stili di vita, ecc., e ciò comporta cambiamenti continui anche nella natura dell'offerta culturale, per la quale potremmo parlare di una sua "multidimensionalità". Vi è pertanto la necessità di valorizzare maggiormente gli aspetti legati all'informazione e alla produzione culturale rispetto a quelli connessi alla conservazione e alla tutela; i modelli di comunicazione e di trasmissione del sapere evolvono, in parte grazie all'accresciuto numero dei visitatori; si dà sempre più importanza alla possibilità di vivere un'esperienza, cioè di permettere una visita che abbia, anche grazie a un coinvolgimento emotivo, qualcosa di unico e memorabile anche per i cosiddetti "non visitatori" cioè per tutti quei potenziali consumatori culturali per i quali, come sostiene Trimarchi, nel suo contributo "Il patrimonio culturale italiano tra vincoli e opportunità: la prospettiva economica", va creata l'occasione di primo accesso e politiche di incentivazione ad hoc più mirate (ad esempio: allargamento delle fasce orarie dei musei, come le aperture serali; il collegamento con il tessuto urbano e sociale, quindi istituire collegamenti culturali multidisciplinari con la città in modo che il museo contribuisca a consolidare il senso di appartenenza della comunità territoriale; l'informazione domestica, cioè erogazione di informazioni sulle collezioni, sulle iniziative e sulle attività del museo direttamente al domicilio del consumatore potenziale) potrebbero contribuire all'abbattimento di questa problematica.

Il museo come strumento di formazione

Già agli inizi del XX secolo i musei approfondivano il proprio ruolo di erogatori di informazione ed educazione e, da allora, questo ruolo per la maggior parte dei musei rappresenta ancora una priorità.

Un ruolo pedagogico dell'organizzazione museale alla base del servizio reso al pubblico da sostenere e chiaramente espresso ogni volta nella missione del museo, fondamentale in tutte le attività svolte.

Così, molti musei hanno allestito al loro interno laboratori didattici, che vanno dai cataloghi audiovisivi, ai supporti informatici, ai laboratori interattivi. L'obiettivo è sempre quello di offrire l'opportunità di svolgere studi e ricerche (ad esempio tesi di laurea), di contribuire alla formazione di figure specifiche e di far emergere lo sviluppo di un'intensa rete di relazioni con molteplici istituzioni scolastiche e universitarie.

Inoltre, l'attività del museo è particolarmente rivolta a soddisfare le richieste di approfondimento dei fruitori/visitatori rendendo accessibili i materiali a docenti, ricercatori e studenti universitari aprendosi a progetti con varie istituzioni di ricerca. Detto ciò, per catturare il pubblico, sperimentare l'interattività e la virtualizzazione, diventa necessario puntare anche sulla "spettacolarizzazione", facendo leva sulle emozioni e il gusto estetico dei visitatori disponibili a farsi coinvolgere in questa esperienza, nonostante i livelli di lettura e di fruizione possano essere molto diversi: dal gioco alla conoscenza, dall'emozione alla riflessione.

In tal senso, gli studiosi italiani Bucchi e Neresini ritengono che educare non contrasti con l'intrattenere. Infatti, il museo può offrire un tipo di apprendimento non solo a livello cognitivo ma anche emozionale e intuitivo, proponendo contemporaneamente esperienze vive e di svago.

Bob Heyman, documentarista del National Geographic, nel 2004, per spiegare la sovrapposizione tra educazione e divertimento, ha coniato il neologismo edutainment (espressione nata dalla fusione delle parole "educational" ed "entertainment", che si potrebbe tradurre in "divertimento educativo"), mettendo in evidenza, appunto, che apprendimento e divertimento possono essere complementari: il divertimento è emozionale, allora si potrebbero proporre contenuti cognitivi sollecitando emozioni e cercando di imparare divertendosi. Si tratta di un metodo che trasforma l'apprendimento in avventura, un'esperienza in cui l'emozione accende la curiosità e l'immaginazione.

Il museo come strumento di valorizzazione del territorio (Network territoriale)

Il museo rappresenta anche il raccordo culturale e sociale con il territorio circostante e i diversi soggetti istituzionali, culturali, politici ed economici; esso compie un'azione di networking.

La funzione di mediazione del museo può assumere varie forme e avere interlocutori differenti, i quali in sintesi:

- il museo può relazionarsi con altri musei che trattano tematiche simili o complementari e possono, ad esempio, realizzare insieme una mostra o redigere un volume e talvolta instaurare relazioni più strutturate nel tempo;

- il museo entra a far parte di associazioni culturali che raggruppano soggetti con natura e obiettivi simili. Allora, la mediazione riguarda la possibilità di assumere maggiore visibilità e peso nel dialogo con le istituzioni pubbliche e private, locali e nazionali.

L'attività di questo tipo può essere, a sua volta, di quattro tipi:

1. comunicativa: organizza eventi, incontri pubblici, mostre, ecc. per diffondere conoscenza e valori;
2. istituzionale: si rapporta con le istituzioni per ottenere maggiori riconoscimenti o farsi portavoce di eventuali problemi;
3. formativa: offre occasioni di aggiornamento e confronto;
4. museo e Territorio: il museo, soprattutto se inserito in reti di musei, assume un ruolo importante per la valorizzazione culturale e turistica del territorio.

Portale Network Territoriale

Scopo del portale

La piattaforma comunicareoggi.cloud finanziata con fondi POR FESR 2014-2020 della Regione Lazio, ha come obiettivo la realizzazione di un network territoriale con la partecipazione di due tra le principali agenzie educative e formative del nostro paese, la scuola e le infrastrutture della conoscenza (archivi storici e biblioteche). Con il progetto No more wars questo disegno può avere finalmente un punto di sviluppo operativo in grado di dare una risposta concreta al bisogno didattico di progetti extracurricolari in piena sintonia con i POF scolastici. Trasformando l'emergenza pandemica in una straordinaria occasione di crescita del tessuto culturale sul territorio.

Favorire l'adeguamento delle competenze dei docenti e la crescita della conoscenza e delle competenze degli alunni delle scuole medie di primo e secondo grado. I due percorsi formativi e didattici separati trovano nell'elaborazione e nella realizzazione di progetti di miglioramento della capacità di lettura il loro momento di sintesi. L'obiettivo è quello di sviluppare abilità progettuali da parte dei docenti sul tema della reading literacy e di collocare queste nuove competenze in un contesto scolastico operativo.

La proposta nasce dalla consapevolezza che solo creando ambienti di apprendimento condivisi si possono raggiungere obiettivi formativi e didattici importanti. Una rete territoriale (network) che a partire dai due soggetti principali dell'educazione (insegnanti e discenti) si estenda all'intero sistema di relazioni sociali e culturali (genitori e altre qualificate agenzie formative).

La piattaforma, inoltre, come modello sperimentale trasferibile intende: connettere in rete gli operatori turistici (in particolare guide e tour operator) attivando un sistema di prenotazioni adattabile a qualsiasi contesto turistico culturale da valorizzare; dedicare uno spazio alla sponsorizzazione di tutti quei soggetti produttivi (artigianato, produzioni tipiche, ecc.) rappresentativi della realtà territoriale incluso il settore della ristorazione e del ricettivo (alberghi, B&B, case vacanze).

Funzionalità del portale

Il portale permette la fruizione di contenuti audio, video, documenti e collegamenti esterni. Al contenuto possono essere associati test di verifica di apprendimento da parte dell'utente.

Il contenuto presente può essere commentato e integrato con altro materiale informativo dall'utente stesso.

La piattaforma supporta la possibilità di integrare un blog per scambio di opinioni o condivisione di contenuto.

Il sistema prevede un'autenticazione di base oppure un libero accesso in caso di consultazione generale o per la fruizione di contenuto gratuito.

Architettura tecnologica

Dominio

Il portale è collegato al dominio comunicareoggi.cloud

E-Mail

Al dominio è collegata una casella di posta elettronica per permettere agli utenti di richiedere informazioni o contatti: Info@comunicareoggi.cloud

Hosting

comunicareoggi.cloud è installato su un server di proprietà di Aruba s.p.a che si occupa dell'alta affidabilità e della manutenzione del server stesso le caratteristiche sono:

Il servizio Hosting WordPress Aruba permette di registrare, presso le Authority competenti, un dominio con estensione a scelta fra quelle disponibili e di disporre di uno spazio su disco illimitato per pubblicare le proprie pagine ed i propri file, rispettando la Policy Aruba.

Basandosi sulla piattaforma Linux il servizio è ideale per utilizzare il CMS WordPress, che utilizza il database MySQL, compreso nella soluzione Hosting WordPress.

Acquistando il servizio Hosting WordPress è disponibile un Pannello di Controllo per la configurazione e la gestione del proprio spazio web, da cui è possibile accedere e gestire tutti i servizi presenti nel proprio pacchetto Hosting.

Il servizio Hosting WordPress prevede inoltre l'attivazione del Certificato SSL ed il reindirizzamento verso HTTPS preconfigurato di default

Wordpress

Il portale è sviluppato su WordPress (release 5.7). Grazie a questo software [comunicareoggi.cloud](https://www.comunicareoggi.cloud) ha a disposizione le seguenti funzionalità:

- Estensione delle funzionalità tramite plugin
- Disponibilità di temi gratuiti, e altri a pagamento, per personalizzare l'aspetto del blog;
- Gestione delle pagine con modelli;
- URL permanenti che aiutano l'ottimizzazione nei motori di ricerca;
- Gestione delle categorie;
- Funzioni di Trackback e Pingback;
- Editor WYSIWYG per la formattazione dei testi;
- Creazione di pagine statiche;
- Supporto multi-autori;
- Supporto multi-sito (attivabile dalla versione 3.0, o usando la variante WordPress MU);

-
- Log degli utenti che visitano il blog;
 - Blocco di utenti in base all'indirizzo IP;
 - Possibilità di specificare meta-tag;
 - Dalla versione 3.7 è presente un sistema di aggiornamento automatico.
 - Possibilità di convertire un sito statico in HTML in uno dinamico WP

Tutor LMS

I corsi sono gestiti attraverso il Plug-in Tutor LMS. Il più recente ed avanzato motore software per la realizzazione e la gestione di corsi on-line.

Tutor LMS è dotato di tutte le funzionalità necessarie per creare un'ottima piattaforma di e-learning come Udemy o Coursera. Potenti funzionalità come quiz, domande, dashboard consentono a centri di formazione, istituti di istruzione e persino singoli individui di creare una piattaforma nel più breve tempo possibile.

Tutor offre alcune potenti funzionalità tra cui report, certificato, anteprima del corso e condivisione di file privati. Inoltre, con la versione premium, potrai aggiungere i prerequisiti del corso. Oltre a ciò, avrai alcune funzionalità extra per un'anteprima corretta di qualsiasi corso, tra cui l'attivazione / disattivazione dell'anteprima del corso e l'opzione per aggiungere più istruttori a un singolo corso.

GDPR Cookie Consent

comunicareoggi.cloud è in regola con le policy dei cookie e GDPR grazie all'utilizzo del plugin GDPR Cookie Consent che descrive e richiede relativa approvazione dell'utente di policy di privacy e di utilizzo di cookie.

Akismet Anti-Spam

comunicareoggi.cloud utilizza Akismet Anti-Spam per proteggere la piattaforma da contributi indesiderati. Akismet è Usato da milioni di persone, Akismet è probabilmente il miglior modo al mondo per proteggere blog dallo spam.

Struttura Logica del Portale

comunicareoggi.cloud è strutturato orizzontalmente con navigazione delle pagine attraverso un menù lineare intuitivo:

Comunicare Oggi

E-Learning Platform

HOME PAGE CORSI TAKE OFF BLOG I PARTNER CONTATTI E PRENOTAZIONI VISTE GUIDA

Home Page

Pagina di “benvenuto” e di presentazione della piattaforma, sezione “In evidenza” per le novità inserite in piattaforma e l’ultimo corso disponibili con le relative informazioni di base.

Corsi

Da questa voce di menu si accede direttamente all’area corsi con tutti i percorsi formativi suddivisi per categoria.

Blog

Sezione dedicata all’incontro degli utenti che possono pubblicare contenuti e scambiare punti di vista contribuendo ad aumentare i contenuti della piattaforma. E’ possibile accedere con livelli di autenticazione diversificata distinguendo il Level Permission.

I Partner

Pagina dedicata a collegamenti verso siti di realtà territoriali che collaborano nei progetti.




Contatti e Prenotazioni Visite

Oltre a fornire le principali coordinate di contatto, permette agli utenti di richiedere un appuntamento/visita che sarà poi confermata tramite e-mail.

Guida

Gli step necessari per poter partecipare ad un corso con la procedura per la creazione un uno user “Student”

Scheda tecnica

| | |
|--|---------------|
| Visitatori mensili | 50.000 |
| Spazio disco (SSD) | illimitato |
| Supporto avanzato  | opzionale |
| Assistenza gratuita 24/7  | ✓ |
| Backup on demand e ripristino con un click | 2 |
| Backup giornalieri | 7 gg |
| Caselle email (1 GB) | 5 (POP3/IMAP) |
| PEC su dominio | opzionale |
| Aggiornamenti automatici | ✓ |
| Temi e plugin | ✓ |
| Certificato SSL DV  (anche al rinnovo) | preinstallato |
| Rilevamento malware | ✓ |
| Domini inclusi (anche al rinnovo) | 1 |
| Piattaforma ottimizzata | ✓ |
| Backup e ripristino | ✓ |
| Ambiente di staging | ✓ |



Unione europea



REGIONE
LAZIO

