

Proposta ideativa

“Archigiochiamo il museo” è un progetto di valorizzazione del Museo dei Grandi Fiumi di Rovigo finalizzato alla scoperta del Museo e al suo rilancio come attrattore turistico del Delta e del Polesine. Il lavoro prevede la realizzazione di una App di gioco dove il giocatore partirà dall’Età del Bronzo e cercherà di “evolversi”, salendo tra le diverse epoche storiche che rappresentano i livelli del gioco, fino a giungere nel Rinascimento. Per farlo dovrà di volta in volta affrontare dei sottogiochi specifici per l’era in corso misurandosi con quiz, sfide tematiche, prove di abilità e di gestione; dovrà reperire i materiali, combinarli nel modo giusto, gestire oculatamente le finanze e fare le scelte giuste per raggiungere gli obiettivi richiesti; apprenderà via via nuove conoscenze che lo aiuteranno in questo percorso di scoperta.

Il gioco è creato per offrire al visitatore contenuti di valore sulle opere esposte e sulle storie che ruotano intorno ad esse al fine di aumentare il coinvolgimento. Tra i contenuti da comunicare, ad esempio, un elemento narrativo di interesse è rappresentato dal vetro: un denominatore comune che collega tra loro l’insediamento protostorico di Frattesina di Fratta Polesine, Venezia, Adria etrusca e Aquileia romana. Al giocatore verrà chiesto, in uno dei livelli, di riordinare i passaggi necessari per la lavorazione del vetro e gli verrà data l’opportunità di interagire con le variabili a sua disposizione per sperimentare le diverse combinazioni ottenibili, ad esempio attraverso l’aggiunta dei diversi tipi di coloranti: aggiungendo il cobalto potrà così ottenere una pasta vitrea blu/viola mentre aggiungendo rame e stagno otterrà una pasta vitrea azzurra/rossa. Altrettanto interattiva può diventare la lavorazione del corno di cervo o del legno: selezionando i materiali a disposizione il giocatore-artigiano dovrà scegliere se intagliare, sagomare, rifinire, levigare o decorare il manufatto per ottenere bottoni, spille etc.

Con il progredire delle proprie abilità egli acquisirà così esperienza e potrà salire nel gioco attraversando le varie epoche storiche: dall’Età del Bronzo, testimoniata dai resti dell’insediamento di Canar di Castelnovo Bariano e dal villaggio di Larda di Gavello potrà passare così all’Età del Ferro caratterizzata dai primi insediamenti etruschi nella zona. C’è poi l’Età Romana, quindi il Medioevo, epoca nella quale Rovigo prese forma con le fortificazioni ancora visibili, fino ad arrivare nel Rinascimento, durante il quale la città ebbe il suo momento di grande splendore artistico e architettonico. L’esperienza di gioco sarà quindi una scoperta del patrimonio archeologico e storico dell’area del Delta e del Polesine.

Alcuni contenuti del gioco saranno accessibili già da casa in modo da coinvolgere l’utente già nella fase pre-visita mentre molti altri potranno invece essere fruibili solo recandosi di persona al Museo o raccogliendo gli indizi disseminati nel centro della Città di Rovigo. La App è infatti concepita a partire dal presupposto che le innovazioni digitali non possono prescindere dall’esperienza in presenza, sia nell’edificio sia davanti all’educatore, che ha il compito di mediare contenuti specialistici in base al pubblico che ha di fronte. Il progetto proposto abbraccia quindi diverse dimensioni che vanno dal pre-visita al post-visita e questo permette di costruire un percorso duraturo e una relazione di lungo periodo.

La App è inoltre pensata per interagire con le cosiddette “Smart Heritage” ovvero tecnologie di prossimità contestualizzate in modo da dialogare con l’utente. Interagendo con questi sensori

disseminati nel centro cittadino e nel museo l'utente può, attraverso la App, sbloccare delle funzionalità nascoste, ottenere indizi, premi e bonus che gli consentono di avanzare nel proprio percorso di gioco e allo stesso tempo scoprire in modo nuovo e positivo la realtà museale e cittadina che si scoprono così più connesse tra loro. L'applicazione delle tecniche di gioco applicata a contesti non ludici prende il nome di "gamification" ed è una tecnica attualmente utilizzata negli ambiti disciplinari più disparati sul modello di videogame scientifici di successo come FoldIt (nato per giocare con i ripiegamenti delle proteine), EyeWire (per mappare in 3D i neuroni della retina) e Quantum Move per giocare con i quanti.

La proposta in oggetto si rivolge ad un pubblico giovane con il quale dialogare attraverso i social, al fine di creare una community virtuale che diventi luogo di esperienza per la comunità locale ma anche fonte di contenuti potenzialmente virali e in grado di richiamare turisti.

Tecnologia & Comunicazione

Proprio nel campo dei beni culturali e della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale le nuove tecnologie si sono costruite un ruolo di agente di valorizzazione, generando una serie di servizi che hanno trovato applicazione nelle cosiddette *smart heritage*: tecnologie intelligenti per la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale.

Le tecnologie intelligenti impiegate nella nostra proposta sono:

- **Beacon:** il Beacon è un sistema di posizionamento indoor a bassa potenza e a basso costo, in grado di notificare la propria presenza a dispositivi vicini. La tecnologia consente ad uno smartphone o ad un altro dispositivo di effettuare delle azioni quando sono nelle vicinanze di un Beacon. La tecnologia Beacon sfrutta la tecnologia Bluetooth per trasmettere un segnale che sarà poi letto da una specifica App. Una volta letto il segnale, l'App può svolgere varie azioni programmate come accedere ad un social network o inviare una notifica *push*. Grazie all'ausilio dei Beacon e tramite la loro triangolazione è possibile tracciare i movimenti degli utenti all'interno di uno spazio pubblico come un museo o una città e permettere loro, tramite le notifiche *push* del proprio smartphone, di fruire di contenuti multimediali.
- **Tag NFC:** è una tecnologia di ritrasmissione che fornisce connettività senza fili bidirezionale a corto raggio. Tramite il proprio smartphone, che funge da lettore RFID (Radio Frequency IDentification) è possibile inviare onde radio al tag elettronico passivo NFC per l'identificazione e il tracciamento del dispositivo. La tecnologia NFC è alla base del sistema di pagamento contactless utilizzato dalle carte bancarie di credito o di debito, portachiavi, smart card e altri dispositivi per effettuare transazioni in modo rapido e veloce. Tramite l'utilizzo di questo tipo di tecnologia è possibile rendere un'opera interattiva semplicemente avvicinando il proprio dispositivo, debitamente dotato di lettore RFID. Oltre ad essere utile per aumentare il coinvolgimento dell'utente questo tipo di tecnologia è adatta anche per essere utilizzate da persone diversamente abili: attraverso l'impiego di una pannellistica braille è possibile per un non vedente avvicinare il telefono al sensore ed ascoltare ad esempio la descrizione dell'opera o il racconto della sala di un museo.
- **QR Code:** è un codice a barre bidimensionale composto da moduli neri disposti all'interno di uno schema bianco di forma quadrata. Viene impiegato per memorizzare

informazioni destinate a essere lette tramite uno smartphone. Tramite questo tipo di tecnologia, sullo stesso modello dei Tag NFC, è possibile fruire di contenuti multimediali semplicemente inquadrando il codice a barre con il proprio smartphone.

La nostra proposta punta inoltre sulla “conversazione” con il visitatore attraverso i social network, con l’obiettivo di fornire non solo contenuti informativi ma anche di creare relazioni di scambio reciproco e di lungo periodo. I post pubblicati, oltre ai contenuti promozionali, dovranno infatti contenere richiami diretti all’azione o contest per stimolare una partecipazione attiva al fine di creare una relazione di tipo bidirezionale, dando origine a dialoghi tra soggetti alla pari. Avere un’ampia base di fan non è infatti sempre sinonimo di elevato coinvolgimento degli utenti. Spesso non sono i musei con una base più alta di seguaci a ottenere più interazione, ma quelli che riescono a generare community, ad esempio a livello territoriale, veicolando contenuti coinvolgenti. I social media sono già ora un asset fondamentale perché facilitano il coinvolgimento di diverse categorie di *stakeholder*, come i teenager. La costruzione di relazioni durature è un cardine fondamentale per la strategia dei musei e il digitale offre opportunità importanti per costruire e rafforzare tali relazioni.

Linee guida per i partner

La nostra proposta si inserisce in un mercato molto scalabile ma sempre più oligopolistico in cui le grandi Internet Company hanno iniziato a investire con forza, con il rischio che la tecnologia diventi un gadget che non apporta valore all’esperienza di conoscenza, a volte distraendo rispetto al contenuto offerto o ponendosi come “ostacolo” tra visitatore e opera. Proponiamo per questo un approccio alla tecnologia meno invasivo rispetto a quello offerto da altre soluzioni tecnologiche, come la realtà virtuale, con un focus più sul contenuto di conoscenza da trasmettere e sulla relazione con il visitatore che sullo strumento. Spesso le tecnologie impiegate per accompagnare nella visita sono anche molto costose e hanno un’obsolescenza molto alta che le rende difficilmente sostenibili per i musei nel medio/lungo periodo. Per cercare di andare in contro a queste esigenze abbiamo quindi pensato ad un tipo di tecnologia sofisticata ma non eccessivamente onerosa puntando su un approccio interattivo mutuato dal mondo dei giochi e basato sull’applicazione di dinamiche e meccaniche che consentono al visitatore di imparare divertendosi senza mai correre il rischio di banalizzare i contenuti.

Nell’utilizzo degli strumenti social cerchiamo di replicare la stessa filosofia di progettazione utilizzata per le applicazioni tecnologiche: un modello che non punti tutto sui seguaci o sui “mi piace”, ma sulla costruzione di una relazione diretta con il visitatore anche attraverso la creazione di comunità on-line, l’utilizzo di contest e iniziative che chiedono all’utente di mettersi in gioco in prima persona. Per tutti questi motivi pensiamo che le soluzioni qui proposte siano facilmente esportabili anche a realtà simili a quella qui descritta fornendo delle linee guida chiare e precise su quello che è un approccio incentrato su un’esperienza educativa che avvicina le persone ai piccoli musei in modo esperienziale. Utilizzando il “gioco” e i social network in un modo che parla ai visitatori, al loro mondo, andando a toccare quello che per loro è importante e significativo comunicando così i piccoli musei in un modo attrattativo e alla portata di tutti.

Costi e Tempi

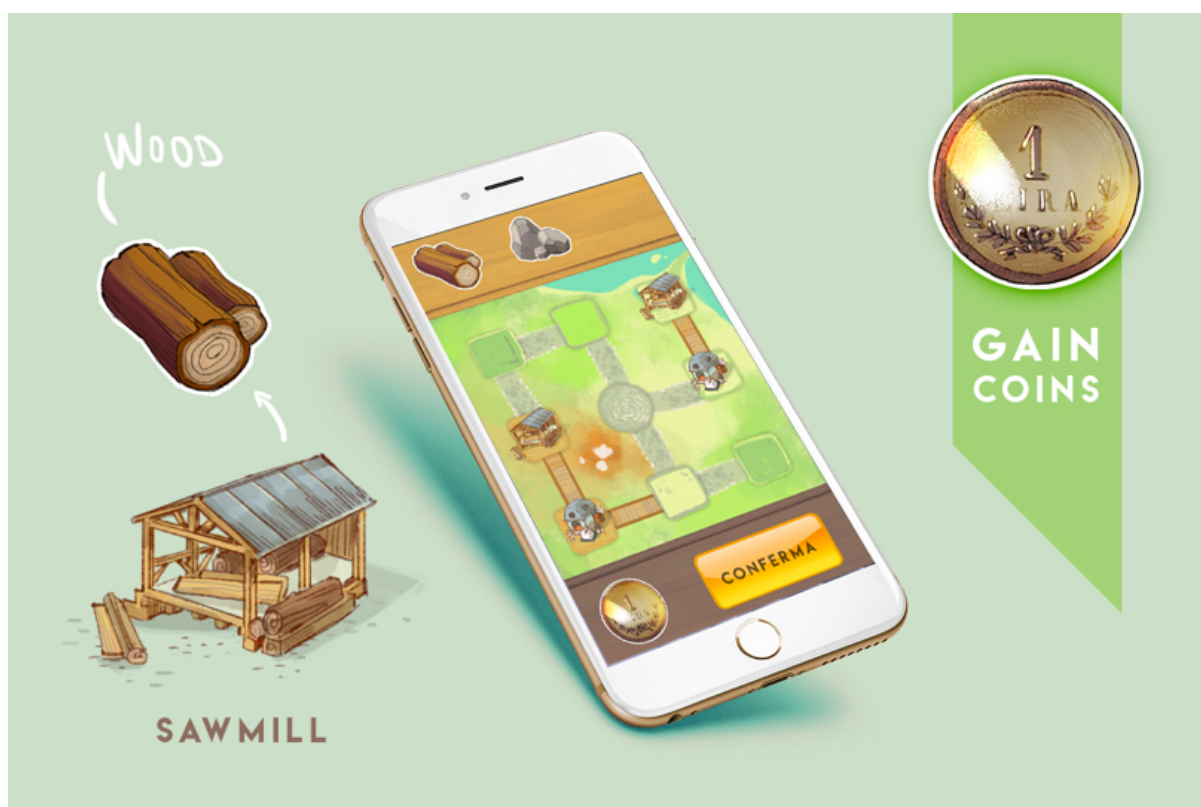
	Dettaglio	Costo	Ore stimate di lavoro
--	------------------	--------------	------------------------------

[A-G] Progettazione	Dinamiche del gioco	700	20
	Meccaniche del gioco	1750	50
	Narrative (storia)	350	10
[A-G] Playtest 1	Test iniziale	1400	40
[A-G] Progettazione Grafica	Grafica dei pannelli e degli elementi	2800	80
[A-G] Revisione 1	Adattamento post playtest 1	1400	40
[A-G] Playtest 2	Test post revisione	1400	40
[A-G] Revisione 2	Adattamento post playtest 2	1400	40
[A] Progettazione	Progettazione dell'APP	1400	40
[A] Progettazione Grafica	Progettazione della grafica generale	560	16
[A-G] Implementazio ne	Scrittura del codice	11200	320
[A-G] Implementazio ne Grafica	Scrittura del codice XML e illustrazioni	11200	320
[A] Parte informativa	Scrittura del codice	2800	80
[A] Grafica informativa	Scrittura del codice XML e illustrazioni	2800	80
Testing	Test dell'APP	1400	40
Debugging	Correzione bug	1400	40
Sensori & Pannelli	Beacon, Nfc, QR Code, pannelli interattivi	5000	
Campagna Social	Gestione e progettazione campagna social (costo per	600	

	meze)		
<i>Legenda</i>			
A	App		
G	Gioco		
Costo Totale	49.560,00€		

Bozzetti

Di seguito si riportano alcuni bozzetti dell'App presentata nella proposta in oggetto e di eventuali declinazioni della stessa a seconda dei diversi contesti.



ARCHIGIOCHIAMO!

