



SOMMARIO



2 SOMMARIO



4 PREMESSA



6 CAPITOLO 1

NUOVE TECNOLOGIE E CULTURA

1.1 Nuove tecnologie per la cultura

1.2 Tecnologie in crescita: la rete, il world wide web e il sito web

1.3 Sito web e cultura



13 CAPITOLO 2

NUOVE TECNOLOGIE E CULTURA:

L'INTERESSAMENTO A LIVELLO EUROPEO

2.1 Un parallelo insolito...

2.2 Il Progetto Minerva

APPROFONDIMENTO: La Carta di Parma



20 CAPITOLO 3

SITO WEB, SOGGETTI CULTURALI PUBBLICI E EVENTI ESPOSITIVI TEMPORANEI

3.1 Sito web e soggetti culturali pubblici

- Principi per la Qualità di un Sito Web Culturale

- Manuale per la Qualità dei Siti Web Culturali Pubblici:
criteri, linee guida e raccomandazioni generali

3.2 Un particolare soggetto culturale dialoga con il web: gli eventi espositivi temporanei



36 CAPITOLO 4

ANALISI

4.1 Campionatura e metodo

4.2 Modello di Scheda d'Analisi di siti web di eventi espositivi temporanei

4.3 Schede d'Analisi

4.3.1 Scheda 1: www.perugino.it

4.3.2 Scheda 2: www.botticellipalazzostrozzi.it

4.3.3 Scheda 3: www.lineadombra.it

4.3.4 Scheda 4: www.mazzotta.it

4.3.5 Scheda 5: www.museodelterritorio.biella.it

4.3.6 Scheda 6: www.pinacoteca-agnelli.it



94 CAPITOLO 5

RISULTATI

5.1 I risultati obiettivo per obiettivo

5.2 Considerazioni finali

5.2.1 Un primo bilancio

5.2.2 Ipotesi sulle origini delle mancanze...

5.2.3 Un traguardo da raggiungere: il turismo culturale

5.2.4 Qualcosa da costruire: reti e comunità telematiche

5.2.5 Un servizio da sviluppare: la didattica on line

5.3 Altre proposte dal Web per le mostre

5.3.1 Portali promozionali

5.3.2 Mostre virtuali



116 CONCLUSIONE



117 BIBLIOGRAFIA



118 SITOGRAFIA



NUOVE TECNOLOGIE E CULTURA

1.1 Nuove tecnologie per la cultura

La nostra storia, è costellata di ‘rivoluzioni’ e in base a queste, avvenimenti, personaggi, eventi trovano posto nel grande libro del tempo. Rivoluzione dell’anno Mille, per non parlare di quella Francese, Americana e di quella Industriale...tutte associate a date precise ma che in realtà vedono la loro preparazione e la loro eco su un arco di tempo più esteso.

Oggi, riferendosi a questi ultimi anni si accenna a una nuova **Rivoluzione**, quella **digitale**, non ancora ancorata ad una data precisa (probabilmente sarà compito degli storiografi del futuro) ma che inevitabilmente si sviluppa e prende piede tra la fine del XX e l’inizio del nostro secolo.

Una rivoluzione che come tutte fa rumore, in senso metaforico, ovviamente, e che investe incessantemente tutti i fronti, un vasto numero di persone e innumerevoli settori con le sue tecnologie digitali. Anche il vasto mondo della **cultura**¹ non può fare a meno di affacciarsi all’altrettanto multiforme universo delle nuove tecnologie, non può evitare di farsi coinvolgere dai ‘bit’ per arricchirsi e usufruire di nuove opportunità.

Le prime significative applicazioni in ambito culturale hanno riguardato i sistemi di gestione e conservazione degli archivi, banche dati telematiche, per sviluppare e migliorare quindi la modalità di ricerca e di recupero dell’informazione. Seguirà poi una vasta tipologia di servizi e una loro capillare utilizzazione che andrà via via trasformando i sistemi tradizionali di tutela, gestione e valorizzazione.

Le nuove tecnologie spaziano dall’off-line (postazioni multimediali all’interno di un museo, CD-rom interattivi e multimediali...) all’on-line (siti web, tecnologie PDA,

¹ con il termine ‘cultura’ e ‘beni culturali’ mi riferisco al loro significato lato, riferendomi alla concezione di ‘patrimonio culturale allargato’: non soltanto le opere d’arte, come spesso si tende a fare, sono comprese sotto tutela.

visite virtuali, partecipazione a forum...) ma, secondo Antinucci², tutte possiedono una qualità fondamentale. Comporterebbero cioè un' apprendimento da parte dell'utente senso-motorio, più immediato e naturale rispetto a quello simbolico-ricostruttivo, in quanto esse sono:

- a base **visiva**, trasmettono più immagini che testo
- **interattive**, permettono all'utente di agire nella comunicazione e di contribuire a strutturarla
- **connesse**, garantiscono fonti di informazione illimitate e accessibili in tempo reale.

Galluzzi³, in particolare, elogia le nuove tecnologie in quanto hanno contribuito a far riscoprire alle istituzioni culturali alcune funzioni che sembravano aver smarrito: **produzione e promozione della cultura da affiancare alla più considerata 'conservazione'**. Le innovative applicazioni, infatti, offrono la possibilità di incentivare maggiore fruizione con un bacino di utenza allargato e diversificato, di innalzare considerevolmente la qualità dell'informazione veicolata; favoriscono inoltre collaborazioni fra soggetti culturali, importanti per quanto riguarda marketing e promozione oltre a rendere possibile una ricomposizione e contestualizzazione del patrimonio sparso per ogni dove...fino ad arrivare alla creazione di quello che Antinucci⁴ nel suo saggio definisce "immenso giacimento distribuito".

Le nuove tecnologie quindi tendono a potenziare i tradizionali compiti delle istituzioni culturali (ricerca, conservazione, divulgazione); estendere la fruibilità abbattendo i confini geografici, portando conoscenza e ricchezza dove non si potrebbe arrivare in altri modi; rispondere alla crescita e alla differenziazione della domanda.

² Francesco Antinucci, 1997, pag. 121

³ Paolo Galluzzi, 1997, pag. 3

⁴ Francesco Antinucci, 1997, pag. 120

1.2 Tecnologie in crescita: la rete, il world wide web e il sito web

A fare da principe in questo ventaglio di sistemi avanzati sono sicuramente quelli che si appoggiano alla rete telematica. Uno di questi è il **sito web**: innovativo, completo, aperto, enorme contenitore di opportunità, servizi, informazioni, percorsi... sarà lui il protagonista del mio studio.

Il **'web'** nasce in sordina, creato per soddisfare precisi scopi all'interno di un settore specifico di ricerca e si sviluppa in modo esponenziale, fino a diventare incredibilmente vasto, con un varietà di tematiche e obiettivi che raggiungono un pubblico sempre più variegato.

Oggi, in questo nuovo secolo, ritroviamo davanti a noi i frutti delle sperimentazioni tecnologiche iniziate circa vent'anni fa, fra la fine degli anni '80 e la fine degli anni '90. Il Web nasce da un'idea di Tim Berners Lee, che nel 1989, favorisce la collaborazione fra gli scienziati del CERN di Ginevra, dove anch'egli lavora, tramite il protocollo http, il linguaggio html e la localizzazione dei documenti con le url...sigle per noi ormai quotidiane...ma allora molto innovative.

In realtà l'idea di rete e di collegamento fra più computer circolava già negli anni '70 nelle università americane...ma avrebbero immaginato che trent'anni dopo si sarebbe parlato di "città cablate" e che una rete immensa ed enorme chiamata Internet avrebbe avvolto tutto il pianeta?...forse sì, ne avvertivano le potenzialità ma bisognava preparare il terreno.

A differenza degli altri ambienti software, il web ha un'enorme diffusione e perciò le tipologie di utenti che possono farne uso e quella dei contesti nei quali tale uso avviene sono molteplici e possono essere molto diversi tra loro.

La maggior parte di noi, infatti, quotidianamente si trova a interagire con la grande rete digitale per motivi e finalità più diversi: essa veicola informazioni, supporta un lavoro di ricerca o una collaborazione fra più gruppi di persone, permette di conversare, di trattare affari, di effettuare degli acquisti, di visitare un museo, di cercare l'indirizzo di una città, di seguire un corso....

Il *Web* (l'insieme dei documenti localizzati su diversi computers, collegati tra loro e consultabili), infatti, non è altro che *una* delle più recenti possibilità offerte da *Internet* (la rete vera e propria), capace di supportarne molte altre, quali la posta elettronica, i gruppi di discussione...

Internet è estremamente elastica e cresce a ritmi vertiginosi; la banda larga, insomma, sembra incedere senza accenni di arresto...anzi, mettendo sempre più in evidenza ciò che è e ciò che può offrire, dimostrando in concreto l'efficienza dell'innovazione, travolgendo così la convinzione - ormai di pochi - che sia qualcosa di assolutamente futurista e lontana dalle esigenze della vita quotidiana.

Gabriele Corsini⁵, consulente di strategia di ricerca e sviluppo multimediale, così definisce la rete del terzo millennio:

"Questa è la rete. La storia dell'evoluzione dell'uomo è in parte la storia del superamento del limite dello spazio. Pitea, Marco Polo, Colombo, Cook, hanno abbattuto le barriere spaziali e reso più piccolo questo pianeta. Le tecnologie e gli strumenti sono sempre stati il presupposto per poterlo fare. E' stato così per la barca, la ruota, la macchina a vapore, l'automobile, l'aereo, e certo per le telecomunicazioni. Se le telecomunicazioni tradizionali sono la bicicletta, la banda larga è il cargo aereo. Dovunque arrivi la banda larga, la Terra diviene quindi più piccola e quindi più nostra."

Con questo conciso ed efficace excursus diacronico Corsini riesce a porre in evidenza due opportunità fondamentali che caratterizzano Internet e conseguentemente anche il Web, suo medium più accattivante e con maggior successo: in primo luogo l'abbattimento di barriere e di distanze spaziali che ci porta inevitabilmente a sentire il nostro pianeta più raggiungibile in ogni sua parte, seppur virtualmente, e ad "avvicinare" il maggior numero possibile dei suoi abitanti.

In secondo luogo sottolinea l'enorme quantità di informazioni che viaggia nella nebulosa elettronica che ci avvolge. Il cargo aereo paragonato alla bicicletta: pregnante l'esempio scelto che evidenzia la disparità sia a livello di quantità di carico possibile sia a livello di velocità.

Proprio per questo da molti il World Wide Web e Internet sono definiti l'"autostrada del futuro", dove grandi quantità di pacchetti di informazione viaggiano regolarmente ad alta velocità .

Il Web, inoltre, come medium di comunicazione, è caratterizzato da alcune qualità ben precise, come ci illustra John December⁶. Egli lo definisce come:

⁵ Gabriele Corsini, 2002, pag. 54

⁶ da <http://www.december.com>

- multi-funzione (*multi-role*): il web infatti non offre solo informazione al consumatore ma gli offre la possibilità di esserne egli stesso produttore.
- 'poroso, permeabile' (*porous*): offre all'utente la possibilità di consultare le pagine nell'ordine che più si addice ai suoi bisogni, evitandogli di dover seguire un percorso stabilito.
- dinamico (*dynamic*): il web è notoriamente variabile, sia per quanto riguarda le nuove tecnologie sia per la possibilità di introdurre nuovi contenuti continuamente.
- interattivo (*interactive*): il web non punta esclusivamente alla diffusione dell'informazione ma cerca di ricevere risposta, ritorno di nuova informazione dall'utente.
- competitivo (*competitive*): le sue caratteristiche dinamiche e distribuite portano a prestare estrema attenzione alla competizione e alla soddisfazione dell'utente.

1.3 Sito web e cultura

L'insieme dei documenti web di un'organizzazione o di chiunque altro ne senta la necessità, possono essere memorizzati su uno o più computers, arrivando alla creazione di un **sito web**⁷, che si delinea quindi come **un complesso di informazioni digitali fruibili dall'utente tramite computer, anche in modo interattivo, mediante interfacce grafiche o testuali standard.**

Questo è un campo molto competitivo: **esistono già milioni di siti** e ogni giorno ne vengono creati di nuovi poiché creare un sito è piuttosto facile. E bisogna combattere per attrarre i visitatori e trattenerli, in quanto liberi di cambiare rotta con un semplice clic. A fare da faro, da polo d'attrazione, sono inevitabilmente l'informazione, il contenuto offerti ma soprattutto la loro **qualità.**

Il Web, come si è detto, con le proprie espressioni, i propri strumenti e il proprio linguaggio si confronta con la **cultura**, nei suoi molteplici aspetti, offrendosi come strumento di divulgazione della conoscenza, di scambio nella ricerca, di didattica, di informazione. Un incontro, sicuramente innovativo ma forse ancora in fase sperimentale...da una parte un ambito tecnologico nuovo in rapida evoluzione che va incontro a qualcosa di codificato da secoli, la cultura, offrendogli 'fresche' novità, cambiamento e innovazione per la comunicazione e la diffusione dell'informazione e della conoscenza.

Nonostante ci si trovi ancora agli inizi...l'interazione sito web e cultura sembra dimostrarsi già vincente. I soggetti culturali che si appoggiano a portali e reti, infatti, sono sempre di più e ottengono più che soddisfacenti risultati. A spiegarcene il motivo è la natura stessa della "cultura"⁸:

- **la cultura è un bene relazionale** per eccellenza, non è cioè fruibile al di fuori di un contesto sociale. Un applicazione web potenzia le relazioni sociali tra individui e istituzioni grazie alle reti.

- **la cultura è qualcosa di corale**: ossia coinvolge coloro che la producono e la consumano. Un'applicazione web in questo senso può arricchire, consolidare, affiancare e accogliere iniziative di una data comunità.

- **la cultura è un bene pubblico locale**: i beni pubblici sono condivisibili e non appropriabili e non possono essere offerti universalmente se non a coloro che sono disposti a insediarsi direttamente nel territorio in cui sono localizzati. Un'applicazione

⁷ Curtin, Foley, Sen, Morin, 1999, pag. 5

⁸ *Manuale per la qualità dei siti web culturali pubblici: criteri, linee-guida e raccomandazioni generali*, giugno 2003, capitolo 1

web può offrire un nuovo orizzonte: in accordo con la politica europea di valorizzazione delle diversità culturali, le reti digitali e portali internet possono essere finalizzati all'immissione di beni e servizi regionali in un mercato globale.

- **la cultura è infine fonte di identità:** distingue una comunità dalle altre, definendo così il successo economico del territorio su cui si esprime. Un' applicazione web può dare risalto a particolari politiche di promozione del territorio, dei servizi e dei contenuti culturali originali dell'area.

Recentemente sembra che il clima si stia facendo sempre più favorevole: in Italia, ma soprattutto a livello europeo ci si sta ponendo in modo nuovo di fronte all'ampiezza e alla ricchezza del patrimonio posseduto. Sempre una maggiore consapevolezza va diffondendosi circa il **considerare il settore dei beni culturali come una risorsa** non solo economica ma anche sociale.

Tendenza, questa che non solo va diffondendosi geograficamente ma anche verticalmente: non è più idea esclusiva degli specialisti di settore ma si sta mano a mano diffondendo anche nel pensiero comune, tra le persone che, seppur lontane da questo 'universo' si trovano inevitabilmente ad interagire con la cultura e i suoi prodotti.

Ecco quindi che in tale ambiente è senz'altro più semplice accogliere le applicazioni web come coadiutori nel rendere concretamente e a tutti gli effetti i beni culturali una *risorsa*.

Ed è in questo clima che nasce il **Progetto Minerva:** se ne parlerà nei paragrafi che seguono, a dimostrare come la sensibilità verso questi temi sia sempre più alta e di interesse diffuso.



NUOVE TECNOLOGIE E CULTURA: L'INTERESSAMENTO A LIVELLO EUROPEO

2.1 Un parallelo insolito...

Padova, fine del XIV secolo: il pittore di origini fiorentine Cennino Cennini scrive quello che noi oggi consideriamo un monumento per la storia delle tecniche artistiche: il suo 'Libro dell'Arte'.

Scriva un manuale, nuovo rispetto ai precedenti, per fissare delle buone norme tecniche e procedurali, e lo scrive in un ambiente diverso da quello in cui si forma: lontano da Firenze sente il bisogno di divulgare gli insegnamenti ricevuti dal maestro, Agnolo Gaddi entrato in contatto diretto con Giotto. Padova è diversa dal clima natio e se da una parte le botteghe tradizionali non hanno ancora acquisito il nuovo stile di Giotto, dall'altra spiragli di novità provenienti dall'oltralpe già si avvertono.

Cennino Cennini elenca formule operative che si fondano sull'esperienza delle generazioni passate, riporta ricettari per la composizione dei colori, elenca raccomandazioni stilistiche e di osservanza dei buoni costumi affinché la *dignità dell'arte* sia rispettata, affinché l'arte sia *distinzione di classe e motivo di prestigio*⁹.

Parma, ottobre 2003: alla Conferenza Europea Minerva sulla qualità dei siti web per la cultura i gruppi di lavoro costituiti da membri rappresentanti dei paesi europei (e non) presentano il "Manuale" e i "Principi per la qualità dei siti web" e la "Carta di Parma".

Per troppo tempo il web a scopo culturale non ha avuto regolamentazioni competenti e autorevoli: c'è stata un'enorme confusione che ha discredito il web come mezzo di qualità.

⁹ Franco Brunello (a cura di), 1982, pag V

Questi documenti, quindi, arrivano in un clima simile alla Padova trecentesca, un po' entropico, dove c'è bisogno di chiarezza e di linee-guida solide e fondate.

Raccomandazioni “stilistiche” e punti fondamentali da seguire, obiettivi da soddisfare, “norme di buon costume” anche nella costruzione di un sito, affinché si affermi in questo caso la *qualità*. Concetto, questo di qualità, che sembra potersi sovrapporre alla “dignità” decantata da Cennini. “Distinzione di classe” e “motivo di prestigio”, andrebbero, con tutti i dovuti aggiornamenti nel significato, non alla bottega di un quotato artista tardo trecentesco ma alle capacità progettuali dello studio di un webmaster...

In entrambi i casi tuttavia, i benefici maggiori nell'attenersi alle linee-guida, sarebbero da ricercarsi nell'opera d'arte nel primo caso, nell'applicazione web nella seconda. Il risultato più ambito da entrambi è infatti soddisfare la committenza trecentesca o l'utenza telematica di inizio terzo Millennio con prodotti efficaci, di qualità.

2.2 Il Progetto Minerva

Il Progetto Minerva, a cui qui sopra si è accennato si inserisce in un contesto, quello attuale, particolarmente favorevole, che vede l'Europa e l'Italia disposte a vedere in un nuovo modo il loro grande patrimonio. La fruizione dei beni culturali, la conservazione delle diversità culturali europee e la promozione delle nuove tecnologie, infatti, sono concetti che sempre più si legano strettamente.

Da un lato la ricchezza del patrimonio europeo e la necessità di conservarlo e valorizzarlo, dall'altro le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione influenzano fortemente le politiche degli Stati Membri per quanto attiene alle iniziative nel settore culturale.

Finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma IST (Tecnologie per la Società dell'Informazione), nato nel **marzo 2002** e che terminerà nel febbraio 2005, **MINERVA** (MINisterial NETwoRking for Valorizing Activities in digitisation) è un progetto che riunisce i Ministeri della Cultura dei paesi membri dell'Unione, oltre ai Ministeri dei nuovi entranti, quali Ungheria, Estonia, Repubblica Ceca, Slovenia, ma anche Israele e Russia con il coordinamento affidato al Ministero per i Beni e le Attività Culturali italiano.



The **objectives of MINERVA** is to create a network of a Member States' Ministries to discuss, correlate, and harmonise activities carried out in digitisation of cultural and scientific content, for creating an agreed European common platform, recommendations and guidelines about digitisation, metadata, long-term accessibility and preservation.

Gli obiettivi principali del progetto sono di facilitare la creazione di una comune visione europea che serva a definire quali azioni intraprendere e quali programmi sviluppare nel campo dell'accessibilità e fruibilità in rete dei beni culturali; di creare una rete a livello europeo per coordinare le attività di digitalizzazione.

All'interno del Progetto sono stati costituiti dei Gruppi di Lavoro per creare repertori delle opere digitalizzate, favorire l'accesso dei contenuti scientifici e culturali, creare una piattaforma comune per l'accesso alle informazioni cercando di superare le difficoltà del multilinguismo; i "Working Group" inoltre si stanno concentrando sulla qualità e l'accessibilità dei siti web delle istituzioni culturali per definire linee-guida per la qualità dei contenuti dei portali.

A Parma, nell'autunno 2003 è stata indetta una conferenza europea sulla qualità del web per la cultura dove sono stati presentati tre importanti documenti:

- la *Carta di Parma* *
- i *Principi per la qualità di un sito web culturale*
- il *Manuale per la qualità dei siti web culturali – criteri, linee guida e raccomandazioni generali*, che meglio illustra i suddetti 'Principi'.

La coordinatrice del Progetto, Rossella Caffo, non ha rinunciato a ribadire l'ambizioso obiettivo: "Lo sforzo è puntato a rendere fruibile il patrimonio con la costruzione di un portale per la cultura che riesca ad integrare le risorse presenti sul territorio, sviluppare turismo e salvaguardare l'ambiente."¹⁰

Dall'analisi di questo grande, impegnativo e utile progetto traspare la consapevolezza che un sito web debba avere determinate caratteristiche, soddisfare obiettivi e supportare in modo efficace le tradizionali istituzioni culturali.



***La "Carta di Parma"**

Si tratta di un documento elaborato e presentato il 19 ottobre 2003 a Parma dal Gruppo dei Rappresentanti Nazionali nominati dalle autorità nazionali preposte alla cultura nei Paesi dell'Unione Europea. La Carta va intesa come un *documento in evoluzione*¹¹ che integra altre iniziative ed è aperto a miglioramenti fintanto che le esigenze in essa rappresentate non siano state completamente soddisfatte.

Sono state identificate varie *esigenze* da soddisfare affinché le iniziative di digitalizzazione tese a valorizzare il patrimonio, salvaguardare le diversità culturali e a migliorare l'accesso possano avere successo, riassunte in una serie di punti:

- è necessaria l'elaborazione di *strategie politiche e istituzionali* e la loro armonizzazione, e anzitutto una maggiore consapevolezza delle attività in corso negli altri paesi;
- *linee guida e esempi di buone pratiche* sono necessari per migliorare efficacia e qualità delle iniziative di digitalizzazione;
- deve essere promosso *l'uso di standard* a supporto dell'interoperabilità per incrementare l'accesso delle risorse;
- è necessario che si costituisca un *punto di riferimento europeo*, per contribuire a un reale coordinamento delle politiche nazionali;

* con l'asterisco indico un approfondimento entro un riquadro nel testo

¹⁰ Laura Kiss, "Al via la digitalizzazione dei beni culturali", *La Repubblica Affari&Finanza*, 27 ottobre 2003

¹¹ corsivo di chi scrive

- i Paesi di nuova accessione possono beneficiare della *condivisione delle esperienze* con gli attuali stati membri, per collaborare, per fruire insieme di più ampie opportunità, per contribuire al programma di ricerca.

Definite queste premesse il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali si impegna alla realizzazione di determinati obiettivi, descritti nei seguenti articoli:

art. 1 – Uso intelligente delle Nuove Tecnologie

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali (NRG) sostiene le istituzioni culturali europee nel loro lavoro finalizzato alla *più ampia diffusione della cultura e della conoscenza attraverso un uso appropriato delle nuove tecnologie, con particolare riferimento a Internet e al Web.*

art. 2 – Accessibilità

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali riconosce l'accessibilità come nodo *fondamentale per tutti i cittadini* indipendentemente dalla loro età e livello di competenza tecnica. Viene data priorità agli utenti con particolari necessità. Bisogna inoltre fare riferimento ai requisiti sviluppati nel contesto degli *standard internazionali per l'accessibilità.*

art. 3 – Qualità

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali rivolge particolare attenzione all'adozione di *elevati standard di qualità* nelle applicazioni web culturali e scientifiche. Diffonde e promuove i risultati conseguiti attraverso Minerva e sostiene eventi e iniziative di formazione finalizzati alla sensibilizzazione del pubblico.

art. 4 – Diritti di proprietà intellettuale e diritto alla riservatezza

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali riconosce l'importanza di trovare un giusto equilibrio fra il diritto di accesso al patrimonio culturale e scientifico e la *tutela dei diritti di proprietà intellettuale e del diritto alla riservatezza degli individui.* A tal fine, incoraggia l'adozione di ogni strumento legale e tecnologico disponibile per incrementare l'accessibilità e superare le barriere legislative e normative. Incoraggia il dialogo fra i differenti settori culturali e scientifici, gli esperti dei diritti di proprietà intellettuale, le imprese che applicano sistemi di Digital Rights Management e le imprese produttrici di contenuti.

art. 5 – Interoperabilità e standard

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali si impegna a garantire che tutti i cittadini possano reperire con facilità i contenuti corrispondenti alle loro esigenze. Per tale ragione, incoraggia l'adozione di linee guida tecniche e standard aperti per consentire la *costruzione di servizi ad accesso remoto* (e-services) che promuovano una *visione integrata e complessiva del patrimonio culturale e scientifico europeo.*

art. 6 – Inventari e multilinguismo

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali riconosce che la conoscenza dei depositi esistenti e delle risorse disponibili, così come l'accurato monitoraggio dei nuovi sviluppi nel settore, sono prerequisiti necessari alla realizzazione di servizi per tutti i cittadini europei. Tali servizi mirano a mettere a disposizione risorse digitali di interesse culturale e scientifico. Complementare alla conoscenza dei depositi e delle risorse digitali, è fondamentale la definizione di una infrastruttura tecnica sostenibile, coordinata a livello europeo, per la *scoperta e l'accesso alle risorse* in un contesto completamente *multilingue.* Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali è impegnato a contribuire all'attuazione di queste priorità.

art. 7 – Benchmarking

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali riconosce l'importante valore delle *attività di benchmarking*, con particolare riguardo ai seguenti obiettivi:

- *incrementare la conoscenza reciproca*;
- *monitorare i progressi e l'emersione di ostacoli*, attraverso l'analisi di quanto accade negli altri Paesi;
- *favorire la partecipazione delle istituzioni culturali*, incentivandole a presentare se stesse e le proprie politiche, programmi e progetti

A tale scopo il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali promuove *campagne di raccolta dati* in ciascun Paese partecipante e incoraggia la *pubblicazione di rapporti* regolari sui risultati e sull'analisi dei dati raccolti. Attraverso Minerva, gli strumenti per rispondere ai questionari per il benchmarking sono disponibili on-line insieme a statistiche in tempo reale relative ai questionari compilati.

art. 8 – Cooperazione a livello nazionale, europeo e internazionale

Vengono ricercati e stabiliti *rapporti di collaborazione con istituzioni e organizzazioni nazionali, europee e internazionali* che si occupano della conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale e scientifico. In particolare, il NRG si impegna ad assicurare che:

- le istituzioni nazionali nominino esperti che partecipino stabilmente ai gruppi di lavoro esistenti;
- gli Stati Membri considerino il NRG e la rete Minerva come un punto di riferimento, in una prospettiva di crescita e rinnovamento continuo.

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali lavora per rafforzare la cooperazione fra programmi nazionali ed europei, con l'obiettivo di ottimizzare l'uso delle risorse finanziarie, di *condividere le buone pratiche* e di *promuovere nuove iniziative comuni*. In particolare, il NRG richiede alla Commissione Europea:

- di mantenere il supporto al NRG e a Minerva fintanto che le esigenze espresse in questa Carta non siano state soddisfatte,
- di riferirsi alle attività del NRG nella formulazione e attuazione dei suoi programmi di supporto alla cultura europea.

art. 9 – Allargamento

Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali, supportato dalla rete Minerva, è una *comunità aperta*. Viene perseguito un approccio a doppio binario per l'allargamento a nuovi Paesi e a nuovi settori della società civile.

In particolare, a causa di specifici accordi internazionali conclusi dall'Unione Europea, sarà data priorità all'estensione ai seguenti Paesi: Stati di nuova accessione (NAS), Russia, Israele e Paesi del Mediterraneo, Stati Uniti e Canada. In ogni caso la rete è aperta a tutti i paesi interessati.

Saranno inoltre istituiti rapporti con i seguenti settori, attraverso la sottoscrizione di appositi Accordi di cooperazione (Cooperation Agreements):

- con il settore privato commerciale e industriale, in particolare con il settore del software, dei media e dei contenuti nonché con le organizzazioni per la protezione dei Diritti di proprietà intellettuale;

- con il settore del turismo;
- con il settore educativo;
- con il settore accademico e della ricerca.

art. 10 – Costruire il futuro insieme: in prima linea verso la società della conoscenza

Gli emergenti portali culturali on-line rappresentano un elemento di grande importanza nello sviluppo di una società dell'informazione inclusiva. Occorre che questi portali vengano progettati sulle solide fondamenta offerte da *siti web culturali di buona qualità, interoperabili, sviluppati per incontrare le reali esigenze dei cittadini europei*. A una moltitudine di attori differenti, con capacità, interessi e risorse economiche differenti, è richiesto di perseguire l'obiettivo comune di realizzare servizi sostenibili di pubblico interesse. Tali realizzazioni devono avvenire nel quadro di un approccio comune e coordinato a tutti i settori del patrimonio. Il Gruppo dei Rappresentanti Nazionali svolgerà un ruolo guida/centrale in questo processo, incoraggiando e supportando iniziative mirate a:

- promuovere la collaborazione fra servizi nazionali e regionali,
- incoraggiare l'adozione di modelli di successo in altri Paesi e regioni,
- sviluppare servizi on-line (e-services) per la cultura che soddisfino esigenze di studio, del turismo e dei cittadini, nonché delle imprese del settore culturale e creativo;
- avviare portali culturali e scientifici transeuropei basati su sistemi distribuiti.



SITO WEB, SOGGETTI CULTURALI PUBBLICI E EVENTI ESPOSITIVI TEMPORANEI

3.1 Sito web e soggetti culturali pubblici

Se si parla di cultura non si può fare a meno di parlare di coloro che con essa entrano in stretto contatto. Sono i **'soggetti culturali pubblici'**, che concorrono a produrla, a svilupparla, a valorizzarla e a diffonderla: sono enti, organismi, istituzioni, progetti di varia natura. Credo che sia opportuno in questa sede precisare meglio cosa si intenda con la dicitura 'soggetti culturali pubblici' e in particolare analizzando la definizione elaborata a livello europeo dal Progetto Minerva e inserita nel **"Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali"**.¹²



Soggetto Culturale Pubblico:

un'istituzione, organismo o progetto di interesse pubblico che abbia quale finalità statuita quella di produrre, conservare, tutelare, valorizzare e diffondere cultura in ogni settore (archivi, biblioteche, patrimonio mobile e immobile archeologico, storico-artistico e scientifico, architettonico, etnografico e antropologico).

Viene inoltre precisato che questa definizione è stata elaborata volutamente ampia e generica, così da comprendere in sé le diverse caratterizzazioni sia politico-amministrative che tecnico-scientifiche dei soggetti operanti nel settore. Saranno quindi 'soggetti culturali pubblici' **le istituzioni pubbliche per il patrimonio culturale** (musei statali o comunali, biblioteche nazionali, archivi di stato...) ma anche differenti soggetti

¹² *Manuale per la qualità di siti web pubblici culturali*, febbraio 2004, pag.15

giuridici quali **organismi e associazioni di interesse pubblico, fondazioni, società miste pubbliche e private, oltre che progetti finalizzati a specifiche attività e azioni.**

Ognuno, in diversi ambiti di settore e con peculiari metodologie si occupa di diffondere, conservare, tutelare e valorizzare conoscenza per l'intera collettività. Ciascuno poi, oltre a un certo contenuto da conservare e da rendere fruibile, possiede una storia, delle finalità e degli obiettivi propri. Per far ciò e per migliorare e supportare le proprie mansioni istituzionali si avvalgono dello strumento web, di cui un soggetto culturale può disporre per fornire informazione, per formare, educare e per rispondere alle esigenze sempre più diversificate degli utenti.

Un' **'applicazione web'** dovrebbe andare incontro ai bisogni del pubblico fornendogli contenuti affidabili, comprensibili, ricchi e aggiornati, accessibili con diversi percorsi. Il Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali considera **un'applicazione web di un soggetto culturale** un mezzo molto efficace che dovrà riflettere l'identità del soggetto, affiancarsi alle sue attività tradizionali per rafforzarle e allo stesso tempo garantire l'osservanza di norme sulle applicazioni tecnologiche che ne innalzino la qualità. Riporto qui di seguito la definizione in esso pubblicata¹³:



Applicazione Web Culturale Pubblica:

ogni realizzazione web i cui contenuti riguardino il patrimonio culturale e scientifico nelle sue articolazioni e che realizzi almeno uno dei seguenti obiettivi:

- rappresentare efficacemente l'identità e l'attività di un soggetto culturale pubblico;
- fornire informazione e divulgazione culturale e scientifica;
- essere strumento per la formazione, l'educazione e la ricerca scientifica.

I soggetti culturali pubblici difficilmente possono rinunciare a usufruire delle ricche potenzialità del web, che se utilizzate con consapevolezza possono essere efficaci, sostenere la loro missione, diffondere 'sensibilità' per il patrimonio e 'conoscenza' a uno spettro di utenza il più vasto possibile.

I soggetti culturali che oggi si avvalgono di un 'sito' sono molti e soprattutto diversi. Se da un lato avranno caratteristiche comuni, derivanti dal fatto che comunque

¹³ *Manuale per la qualità di siti web pubblici culturali*, febbraio 2004, pag.16

tutti possiedono una *funzione pubblica*, dall'altro, ogni categoria vedrà la propria applicazione web modulata in base alle proprie specificità e potenzierà taluni aspetti piuttosto che altri: probabilmente un museo troverà più importante l'offerta didattica online mentre un archivio o una biblioteca punterà maggiormente sulla funzione di ricerca del materiale in rete; un'esposizione temporanea dovrà avere più cura nell'evidenziare gli enti promotori e gli sponsor oltre che il periodo d'apertura, un'istituzione permanente invece punterà a illustrare la propria storia istituzionale e le collezioni che conserva...

All'interno della dicitura 'soggetti culturali pubblici' quindi, come già specificato sopra, rientrano diverse tipologie, tra cui archivi e biblioteche, musei, patrimonio diffuso sul territorio (ecomusei, parchi archeologici...), uffici di gestione e tutela (soprintendenze, ministeri...), centri di ricerca e formazione, progetti culturali, eventi espositivi temporanei.

A fare da protagonisti del mio studio saranno proprio i siti web costruiti in relazione a quest'ultima tipologia, **eventi culturali temporanei**. Si cercherà di valutare se ciò che l'utente finale trova on line può essere considerato valido, utile, efficace e di qualità.

Per fare questo si farà riferimento ai *Principi per la qualità dei siti web culturali* e ai punti del *Manuale per la qualità dei siti web culturali*¹⁴. Si ritiene pertanto utile chiarire brevemente e riportare il contenuto di questi due importanti documenti, di autorevole e recente emanazione.

Essi sono i primi passi dell'attuazione del programma esposto nella Carta di Parma (illustrata nelle pagine precedenti) che nell'*art.1* incoraggia all'adozione di Internet e del Web per la diffusione della cultura, non dimentica di sottolineare di particolare importanza la qualità dei contenuti (*art.3*) e auspica alla loro diffusione tramite l'adozione di linee guida e standard che promuovano una visione complessiva del patrimonio (*art.5*).

¹⁴ *Manuale per la qualità dei siti web pubblici di qualità*, febbraio 2004, capitolo 3



Si tratta di linee guida fondamentali, immediatamente percepibili, comprensibili e intuitive, da rispettare se si vogliono progettare delle pagine web di qualità, complesse e profonde. In realtà queste linee guida verranno poi meglio approfondite e illustrate nel *Manuale*.

Un sito web di qualità deve quindi:

- 1- essere **trasparente**, definendo chiaramente sia l'identità e gli obiettivi del sito web sia l'organismo responsabile della sua gestione;
- 2- selezionare, digitalizzare, indicizzare, presentare e controllare i contenuti per creare un sito web **efficace** per tutti gli utenti;
- 3- implementare linee guida per le politiche di qualità del servizio per assicurare che il sito web venga adeguatamente **mantenuto** e **aggiornato**;
- 4- essere **accessibile** a tutti gli utenti, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata e dalle loro disabilità, inclusi gli strumenti di navigazione, il contenuto e gli elementi interattivi;
- 5- essere **centrato sull'utente**, tenendo conto delle sue esigenze, garantendo la pertinenza della risposta e facilità d'uso attraverso meccanismi di valutazione e di feedback;
- 6- essere **reattivo**, consentendo agli utenti di contattare il sito e ricevere un'adeguata risposta. Se necessario, incoraggiare i quesiti, la condivisione dei dati e la discussione con e tra gli utenti;
- 7- essere consapevoli dell'importanza del **multilinguismo** fornendo un livello minimo di accesso in più di una lingua;
- 8- impegnarsi a essere **interoperabile** all'interno delle reti culturali per consentire agli utenti di localizzare facilmente i contenuti e i servizi che rispondono alle loro necessità;
- 9- essere **gestito** nel rispetto delle norme legali come il diritto di proprietà intellettuale e la riservatezza e indicare chiaramente i termini e le condizioni di utilizzo del sito web e dei suoi contenuti;
- 10- adottare strategie e standard per assicurare che il sito web e i suoi contenuti vengano **conservati** a lungo termine.

¹⁵ da <http://minervaeurope.org>, Progetto Minerva, 2003

Il manuale per la qualità dei siti web culturali pubblici: criteri, linee guida e raccomandazioni generali ¹⁶



Come già accennato precedentemente questo documento approfondisce e chiarisce i principi sopra illustrati: si tratta di una tappa fondamentale del comune lavoro europeo ed è considerato uno dei risultati più rilevanti del progetto Minerva; esso si presenta tuttavia come un documento aperto a modifiche e miglioramenti che le attività di diffusione e sperimentazione suggeriranno.

Realizzato attraverso la collaborazione e l'impegno di un gruppo eterogeneo costituito da 'content manager' (archivisti, archeologi, storici dell'arte, bibliotecari...), da informatici ed esperti del Web e della comunicazione di tutti i paesi europei, risulta strutturato in tre parti.

Una prima parte affronta argomenti di carattere generale, la definizione delle categorie di soggetto culturale, degli utenti e dei loro bisogni oltre che alla delineazione di strategie e raccomandazioni generali per il progetto, lo sviluppo e la gestione di un'applicazione web in ambito culturale.

Segue la seconda parte, più tecnica e dedicata ai criteri da seguire per costruire un sito usabile e accessibile.

E infine la terza parte nella quale si illustrano i criteri (o obiettivi) da seguire per creare un'applicazione web di qualità e per una corretta soddisfazione delle esigenze degli utenti: sono definiti in primo luogo gli obiettivi generali e necessari, comuni a ciascun soggetto culturale; seguono poi indicazioni specifiche per ogni tipologia di soggetto.

Obiettivi generali delle applicazioni web culturali pubbliche:

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico

Individuare e comunicare quegli elementi costitutivi che, nel loro insieme, hanno storicamente formato i tratti originali di un soggetto culturale pubblico, così come sono definiti al proprio interno e così come sono percepiti all'esterno.

L'identità di un soggetto culturale pubblico è data dal suo **contenuto culturale** (il corpus dei beni che conserva, amministra, valorizza) e dalla **storia della sua formazione**, dal **luogo** ove si trova e dal contenitore che occupa, dalla **missione** attribuitagli e dall'**organizzazione** funzionale, dalle sue **relazioni** interne ed esterne.

¹⁶ Manuale per la qualità dei siti web culturali pubblici: criteri, linee guida e raccomandazioni generali, giugno 2003

→ 2. **Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico**

Pubblicare ogni informazione utile a far conoscere le azioni che concorrono alla realizzazione della missione del soggetto.

Le applicazioni web, nelle loro diverse forme, sono utili strumenti di informazione costante ed aggiornata sull'insieme delle *attività* (programmi, progetti, finanziamenti, procedure, fasi di realizzazione, risultati) e dei *servizi* al pubblico.

→ 3. **Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica**

Garantire agli utenti una informazione sufficientemente completa sull'applicazione web, vale a dire sugli obiettivi, le responsabilità e competenze coinvolte, la strategia di mantenimento e di aggiornamento e la strategia tecnologica. Tre sono i fattori che

rendono essenziale l'informazione agli utenti sull'applicazione: la sua origine pubblica porta con sé prima di tutto il *dovere di trasparenza sulle scelte compiute per la sua formazione e per il suo mantenimento*, poi la necessità di essere di *riferimento e di stimolo nel campo dell'ICT*, ruolo che devono rivestire le iniziative pubbliche. Inoltre l'appartenenza ai network di settore (sia del settore pubblico che del settore culturale) implica un dovere di *collaborazione e scambio di esperienze* rispetto alle strategie gestionali e tecnologiche. Infine, in un settore quale quello dell'ICT, per cui l'innovazione avanza a ritmi molto veloci ed è fortemente influenzata dall'andamento del mercato, la disseminazione dell'*uso di standard efficaci* e la diffusione di buone pratiche e di soluzioni specifiche rappresentano la chiave che può garantire uno sviluppo efficace della Società dell'Informazione e della Conoscenza.

→ 4. **Svolgere un ruolo efficace nei network di settore**

Stimolare la definizione di ambiti comuni attraverso processi collaborativi e produzione di contenuto "a forte specializzazione". Studiare modalità tecniche che favoriscano l'accessibilità (o la conoscenza) delle basi di dati, comunque strutturate ma accessibili via web, preferibilmente in modalità multilingue. Favorire l'uso di strumenti di descrizione delle base dati esistenti attraverso metadati descrittivi di ciascun archivio o base di dati.

La *condivisione* e la promozione dei risultati raggiunti, la *coesione* e la *collaborazione* con altri Progetti culturali on-line consimili, conclusi o in atto, come pure la messa in comune di strumenti telematici di riferimento (banche dati, thesauri, "linkopedie") avviene attraverso la partecipazione o la creazione di reti e portali tematici. *La creazione di un coordinamento basato sulla partecipazione cooperativa costituisce la base essenziale per la creazione di un network di settore.* Per ciascun sito dovrà essere

implementata una sezione link che includa attraverso link anche interni le risorse concorrenti disponibili. Vanno, cioè, favorite al massimo le relazioni tra istituzioni analoghe in paesi diversi. La *messa in comune del patrimonio informativo* costituisce un obiettivo fondamentale da perseguire mediante la conoscenza del contenuto delle basi di dati e mediante la messa in comune di tutte le informazioni relative all'accessibilità (locale e/o da remoto) delle stesse basi dati. Non costituisce obiettivo primario la definizione di un unico criterio e di un unico linguaggio di gestione delle basi di dati essendo ancora incerta la definizione di standard. Costituisce, in conclusione, obiettivo primario la messa in comune delle informazioni di tipo generale che potrà essere avviata mediante messa a punto di un lessico multilingue e di un set di metadati specifico per la descrizione di basi di dati.

→ 5. Presentare norme e standard di settore

Nell'ambito di un applicazione web è comunque consigliabile un riferimento aggiornato alla normativa di base del settore culturale e della missione particolare del soggetto culturale, con il valore aggiunto di quadro istituzionale dell'attività culturale. Nel caso di portali oppure di siti web di organi culturali di livello regionale o nazionale, è buona norma offrire agli utenti il quadro – più possibile completo – della normativa e degli standard in uso in quel particolare settore culturale.

A seconda del quadro complessivo degli obiettivi dell'applicazione e della missione del soggetto culturale in rapporto all'utenza, si possono individuare diversi livelli di servizio dedicati alla presentazione di normative e standard:

- **il livello minimo è l'elenco** – meglio se commentato - dei riferimenti alle norme di legge internazionali, nazionali, regionali o locali, possibilmente con il rinvio ad a banche dati disponibili sul Web;
- **il secondo può prevedere una lista (aggiornata) delle norme in ordine cronologico** oppure organizzato per temi o per tipo di norme, con link a banche dati esterne oppure al testo delle norme;
- **il terzo consiste in banche dati strutturate**, possibilmente sulla base di standard riconosciuti per la descrizione legislativa, nelle quali sia possibile una ricerca delle norme in base ai loro estremi, a parole contenute nei nel titolo, nelle intestazioni o nel testo degli articoli.

In quest'ultimo caso si può pensare alla interoperabilità dei propri dati con altre banche dati di livello nazionale oppure tematiche internazionali e si può anche prevedere la fornitura on- line a professionisti di dati e testi di legge selezionati come servizio aggiuntivo, anche a pagamento.

→ 6. Diffondere contenuti culturali

Rendere disponibili a tutti i cittadini le informazioni ed i contenuti culturali, scientifici, giuridici, amministrativi, finanziari di cui i soggetti culturali sono produttori e detentori al fine di favorire il passaggio ad un'economia digitale basata sulla conoscenza e la crescita culturale.

L'accesso e la valorizzazione dei contenuti e delle informazioni del settore pubblico sviluppato nella Società dell'Informazione e della Conoscenza costituisce un valore civico e democratico, a cui si aggiunge una rilevante valenza economica ed occupazionale. E' importante che vengano considerati e sviluppati quegli aspetti per ottimizzare il valore delle informazioni in possesso dei soggetti culturali attraverso l'istituzione di regole minime comuni a tutti i paesi dell'U.E.

→ 7. Sostenere il turismo culturale

Progettare e fornire servizi informativi ad alto valore aggiunto per contribuire alle azioni volte ad incrementare una fruizione qualitativa e quantitativa sostenibile del patrimonio culturale, in sinergia con i valori diffusi sul territorio nella fruizione dei beni culturali in ambito turistico.

Nello scenario economico e sociale che si va delineando negli ultimi anni, il turismo culturale sta assumendo un ruolo di enorme importanza. Infatti, mentre da un lato questo tipo di turismo si è trasformato in un fenomeno di massa, dall'altro sono sempre più evidenti i benefici, diretti e indiretti, che produce. Infatti tali benefici non vanno solo a vantaggio dell'ambito culturale, ma generano anche una serie di "esternalità positive" nei confronti del tessuto economico e sociale che gravita intorno alle risorse culturali. La disponibilità di servizi informativi ad alto valore aggiunto si rende quindi necessaria al fine di sostenere ed incrementare tali tendenze.

→ 8. Offrire servizi didattici

La fruizione del patrimonio culturale rientra tra gli obiettivi primari (insieme alla tutela e valorizzazione) di un soggetto culturale. E' opportuna la messa a punto in un'applicazione web culturale di sussidi didattici, concepiti come multimediali ed interattivi, mirati alla trasmissione dell'interpretazione e della ricostruzione storica del 'contesto' entro il quale si colloca ed acquisisce significato il bene culturale.

L'elaborazione di servizi didattici deve tener conto di uno studio delle esigenze dell'utente, definito in base ai diversi approcci all'entità del soggetto pubblico. In particolare si raccomanda di tener conto dei seguenti temi: presentazione del patrimonio dal punto di vista storico-critico, adeguatezza della comunicazione con il profilo dell'utente, guida alla consultazione delle raccolte documentarie e delle collezioni,

interfacce adattate alle disabilità (per esempio agli ipovedenti), potenziamento dell'interattività in risposta al soddisfacimento delle esigenze autoformative (per esempio attraverso la possibilità di effettuare confronti e percorsi personalizzati).

Si suggerisce la realizzazione di itinerari telematici con valenza didattica, a siti correlati o similari, anche per favorire il legame tra patrimonio culturale ed territorio. Un servizio didattico telematico rilevante è la realizzazione di riviste elettroniche mirate alla diffusione di notizie e commenti di ampio respiro sul settore culturale di cui si occupa il soggetto .

→ 9. Offrire servizi per la ricerca scientifica

Prevedere servizi destinati prevalentemente alla comunità dei ricercatori implementando modalità di consultazione della documentazione scientifica e strumenti per lo stabilirsi di un flusso comunicativo periodico o saltuario ma completo delle informazioni essenziali.

L'accesso ai cataloghi delle biblioteche, agli inventari degli archivi, ai cataloghi dei Musei (se implementato con tecnologia web) rappresenta uno dei servizi maggiormente utili.

Un sito web di un soggetto culturale , può prevedere infatti servizi rivolti alla ricerca scientifica, rendendo fruibili le banche dati esistenti all'interno dell'istituzione. La stessa nascita del web deriva dalla necessità di rendere accessibile a vaste comunità di ricercatori relazioni espresse con tecnologia ipertestuale e multimediale. L'obiettivo si coniuga, solitamente, con la necessità di comunicare attraverso un linguaggio sintetico, ma di elevata specializzazione spesso comprensibile solo all'interno della specifica comunità scientifica. Le risposte alle interrogazioni potranno essere espresse in codici standard prestabiliti. Sarà necessario anche distinguere i materiali posti liberamente alla consultazione da quelli resi accessibili a ricercatori espressamente autorizzati sviluppando sistemi di amministrazione capaci di discriminare le funzioni concesse agli utenti secondo la più ampia gamma possibile di varianti. Vanno previste aree di caricamento e scaricamento di files, accesso ai data base (a seconda delle autorizzazioni) e salvabilità dei risultati direttamente sul computer dell'interrogante (anche attraverso l'attivazione di servizio di mail). Vanno utilizzati linguaggi di programmazione chiari, pagine leggere (possibilmente dinamiche) per consentire rapido accesso alle basi di dati. In linea di massima le operazioni di ricerca vanno tracciate e conservate. Dovranno essere sempre chiaramente espressi i vincoli all'uso del dato e la proprietà del dato stesso. Potranno attivarsi, possibilmente, forum di discussione su temi specifici. La possibilità di accedere

alle basi di dati archivistiche o bibliografiche delle istituzioni rappresenta uno dei valori aggiunti di massima rilevanza ed utilità.

→ 10. Offrire servizi ai professionisti del settore

I servizi, differenziati sulla base delle categorie dei soggetti culturali, saranno rivolti ai professionisti che operano in ciascun settore del patrimonio culturale e scientifico pubblico e ai professionisti che sono interessati a fruire delle informazioni gestite dai soggetti culturali.

Rendere disponibili *servizi a sostegno di attività professionali* come ricerche su banche dati e cataloghi, download file, informazioni inerenti il lavoro (bandi e concorsi, informazioni per l'impiego, l'occupazione e la mobilità), modulistica, normativa di settore, informazioni sugli uffici di tutela, prenotazione di servizi erogati dal soggetto, agenda (cronologia di eventi, corsi, seminari, attività didattiche). I servizi possono essere erogati a richiesta oppure tramite abbonamenti diversificati. Possono essere inoltre riservati ad un'utenza autorizzata.

→ 11. Offrire servizi per le prenotazioni e gli acquisti

Prevedere la possibilità di stabilire transazioni sicure, a pagamento e non, che garantiscano agli utenti servizi specifici, forniti sia presso gli istituti culturali (prenotazioni) che attraverso la via telematica (acquisti e "scarico" di risorse digitali).

I servizi che è possibile offrire tramite il web riguardano sia transazioni effettuate interamente per via telematica (download gratuito o a pagamento di risorse digitali quali riproduzioni di oggetti, documenti o monumenti oppure pubblicazioni e strumenti di ricerca coperti da diritto d'autore), oppure finalizzate ad usufruire di servizi "tradizionali" presso le strutture culturali, quali: la prenotazione dell'ingresso a musei o esposizioni o monumenti o parchi o siti, la prenotazione della partecipazione ad eventi articolari quali conferenze, visite guidate, lezioni, rappresentazioni, etc., oppure la prenotazione di materiali da consultare presso le sale di lettura di biblioteche ed archivi, individuati in seguito alla consultazione di specifici sistemi informativi.

→ 12. Promuovere comunità telematiche di settore

Stabilire delle strategie mirate al raggiungimento di specifici bacini di utenza, alla fidelizzazione e partecipazione degli utenti coinvolti attraverso gli strumenti interattivi presenti dell'applicazione web. Mettere a punto sistemi di analisi e feedback dell'audience, anche in visione dell'ottimizzazione dei servizi offerti. All'interno di questo obiettivo dovrebbero essere tenute in considerazione tutte quelle azioni necessarie per contribuire all'affermazione di un valore aggiunto europeo.

La comunità degli utenti può essere implementata attraverso precise strategie che devono essere concordate in base alle finalità dell' applicazione web. Strumenti possono essere l'invio di comunicati stampa alle centrali media, a forum e mailing list di settore e l'elaborazione di attività di promozione e collaborazione con altre applicazioni web consimili. La fidelizzazione può avvenire attraverso diversi strumenti quali la registrazione, newsletter, mailing list e forum di discussione. I risultati ottenuti rispetto alla comunità di utenti dovrebbero essere costantemente monitorati per valutare l'adeguatezza dei servizi offerti e nuove prospettive di sviluppo.

3.2 Un particolare soggetto culturale dialoga con il web: gli eventi espositivi temporanei

Il nostro studio a questo punto si restringe prendendo in esame l'interazione tra l'applicazione web e una tipologia particolare di soggetto culturale, quello degli **eventi espositivi temporanei**.

E' fenomeno di questi ultimi anni il moltiplicarsi di manifestazioni di questo genere: **esposizioni temporanee e/o itineranti**, **festival artistici** che accrescono la visibilità delle istituzioni promotrici (musei, fondazioni, enti, associazioni...), che si lasciano ammirare da pubblici di diverse città e paesi e che danno, talvolta, la possibilità al patrimonio stipato nei depositi e nei magazzini di uscire alla luce e a quello disperso sul territorio mondiale di riunirsi per un breve periodo.

E che questo genere di evento sia particolarmente gradito ad una popolazione sempre più ricca di consumatori culturali ce lo dimostrano i numeri, le cifre sbalorditive cioè dei visitatori (*Figura A*):¹⁷

Museo	Mostra	Città	Numero di visitatori	Media giornaliera
Musée Van Gogh	Van Gogh et Gauguin	Amsterdam	739.117	6.719
Art institute of Chicago	Van Gogh et Gauguin	Chicago	690.951	6.281
Galleria degli Uffizi	Masaccio: l'invenzione della prospettiva	Firenze	600.453	3.925
Guggenheim Museum	Brésil: corps et âme	New York	561.232	2.849
Musée national d'art occidental	Chefs-d'oeuvre du Musée Prado	Tokio	516.711	5.616
Tate Modern	Matisse/Picasso	Londra	467.166	4.671
Palazzo Reale	Picasso: 200 capolavori 1898-1972	Milano	458.981	3.400
Hirshhorn Museum	La métropole à l'âge de la machine	Washington	458.432	2.451
Centre Georges Pompidou	La révolution surréaliste	Parigi	450.000	4.500
Musée du Louvre	Les artistes de Pharaon	Parigi	450.000	4.285
TOTALE			5.393.043	44.697

Fonte: The Art Newspaper, 2002

Figura A – I visitatori delle ultime mostre più significative (2002)

Nella società contemporanea quindi il numero di persone che si sposta, per lavoro, turismo o diletto è in forte ascesa...ad affollare le sale espositive delle mostre, delle conferenze, troviamo accanto ai professionisti di settore e agli appassionati, famiglie e turisti di ogni provenienza...

¹⁷ Giampaolo Nuvolati, "Il business si mette in bella mostra", *Il Sole-24Ore del Lunedì*, 1° marzo 2004

Le esposizioni, infatti hanno un pregio, come ci illustrano P. e N. Kotler: “...le esposizioni non dicono, mostrano, stimolano interesse e non esauriscono un argomento...”.¹⁸

All’evento in sé, che non è esclusivamente la mostra d’arte ma che può andare a toccare tutte le diverse sfumature della cultura (si vedano ad esempio il Festival della Letteratura di Mantova o quello della Filosofia di Modena, oltre ai Festival dedicati al Cinema o alla Musica organizzati da molte città italiane), si associano tutti quegli aspetti collaterali quali incontri e convegni con esperti e autori, vendita di cataloghi e souvenir, organizzazione delle attività didattiche...che non fanno che incrementare l’eco dell’evento.

Quello delle esposizioni e degli eventi temporanei più in generale, è forse uno dei settori nei quali le applicazioni web hanno trovato maggior spazio; fenomeno dovuto in parte alla funzione di “vetrina pubblicitaria” che un sito web appositamente realizzato può facilmente assolvere. Spesso si tratta di una vera e propria azione di marketing, coordinata talvolta con altre che ha come obiettivo quello di portare il maggior numero di persone a visitare o partecipare all’evento; l’applicazione web insomma si affianca a tutta quella campagna di promozione svolta dai più tradizionali depliant informativi, dai manifesti pubblicitari affissi sulle pareti dei treni e sui tram, dalle gigantografie sui pannelli a lato delle strade o dagli inviti sui giornali; e come può offrire all’utente una preparazione sommaria prima della visita, così potrebbe fornire ulteriori approfondimenti successivi ad essa.

Spesso per questa tipologia culturale ‘temporanea’ vengono creati degli “istant web site” che talvolta vengono poi trasformati in permanenti arricchendosi di contenuto, di approfondimenti; altre volte invece esposizioni e eventi non possiedono un intero sito ma solo alcune pagine ad esempio all’interno del sito dell’istituzione ospitante o dell’ente promotore (nel sito di un museo o di un Comune ad esempio...).

Il *Manuale* sottolinea l’importanza per questo tipo di applicazioni web della funzione multilingue, per favorire al massimo la diffusione. Gli utenti che fanno uso di pagine web di questa tipologia, infatti, sono una platea quanto mai vasta ed eterogenea, difficilmente inquadrabile in profili definiti.

Per questo motivo ci troviamo in un settore probabilmente più difficile rispetto alle altre tipologie, dove le scelte progettuali devono vagliare con attenzione i modi espressivi,

¹⁸ Philip e Neil Kotler, 1999, pag. 235

l'architettura e i linguaggi, operando un monitoraggio attento in ogni parte del sito, calibrandolo anche sugli utenti culturalmente e tecnologicamente più deboli.

Secondo il *Manuale*, inoltre, per questa categoria di soggetto culturale taluni obiettivi, fra quelli generali precedentemente illustrati, sono da considerarsi più rilevanti piuttosto che altri in relazione alla specificità del soggetto culturale in esame. Vediamoli in dettaglio:

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico: ha un ruolo centrale nel caso di un'esposizione culturale, in quanto l'applicazione web deve inquadrare l'evento temporaneo nell'ambito delle realtà permanenti che lo producono. Una mostra è spesso il risultato di una ricerca scientifica condotta da uno o più soggetti culturali impegnati in un progetto comune. Devono, dunque, risultare chiari i seguenti aspetti: chi sono gli ideatori, qual è il progetto culturale che sottende, quali sono le finalità, quali sono i soggetti culturali hanno a vario titolo collaborato.

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico: nel caso di una esposizione temporanea è essenziale la chiarezza nell'informazione sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici che ne hanno permesso la realizzazione.

3. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica: l'obiettivo si ottiene progettando un'applicazione web nella quale siano definiti gli ambiti di informazione, di approfondimento tematico, entrambi ben distinguibili da possibili settori pubblicitari (sponsor) o di business spesso correlati alle esposizioni culturali di grande impegno economico.

4. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore è evidentemente molto importante per la missione di informazione che un'applicazione web di un'esposizione ha connaturato in sé. In questo caso i network di settore saranno anche quelli dell'informazione e delle agenzie di stampa, dei motori di ricerca, dei circuiti di promozione turistica ecc.

5. Presentare norme e standard di settore: non è rilevante per questa categoria.

6. Diffondere contenuti culturali è invece centrale per un'applicazione web di una mostra. Tuttavia, come si è accennato in premessa, a seconda delle risorse disponibili e anche delle caratteristiche dell'esposizione che l'applicazione web intende rappresentare, possono essere ritenuti accettabili livelli diversi di approfondimento:

A - **Fornire informazione e orientamento di base**: questo livello è obbligatorio per tutte le applicazioni web e deve comprendere la scheda anagrafica della mostra con informazioni complete e aggiornate sui contenuti dell'esposizione (soggetto, curatori, promotori, ecc.) sul luogo dell'esposizione (comprendente le coordinate geografiche, i

mezzi per raggiungerlo), il periodo di apertura (comprese eventuali proroghe), gli orari di visita, i tempi della visita, i costi e le riduzioni, i servizi disponibili (prenotazioni, biglietteria on line, visite guidate, multimediali, cataloghi, handicap, bookshop, caffetteria, guardaroba, parcheggi), le manifestazioni collaterali (conferenze, proiezioni, eventi esterni connessi alla mostra).

B – Fornire informazione e documentazione avanzata: significa mettere il visitatore in condizione di prepararsi culturalmente prima della visita e di cercare informazioni e approfondimenti dopo la visita. Per raggiungere tale obiettivo l'applicazione web deve predisporre percorsi tematici che illustrino i settori fondamentali nei quali l'esposizione è organizzata, fornendo schede di base per i materiali ed gli argomenti più significativi, riponendo particolare attenzione al tipo di linguaggio utilizzato. Inoltre, possono essere realizzati links con *thesauri telematici* attinenti.

C – Fornire strumenti didattici finalizzati: un'esposizione può essere colta, in base alla sua identità e allo specifico progetto che l'ha concepita, anche come luogo di divulgazione didattica. Ovvero, un'esposizione può prevedere, attraverso una apposita applicazione web (eventualmente presentata lungo il percorso), una specifica lettura didattica dei suoi contenuti. In questo caso la realizzazione dovrà essere curata in collaborazione dai curatori della mostra e dagli esperti del settore didattico, con particolare attenzione alle diverse fasce di età, ma anche agli utenti cosiddetti deboli e portatori di handicap.

D – Rendere disponibili ricostruzioni virtuali: un'esposizione temporanea può privilegiare, quale mezzo di comunicazione, anche realizzazioni virtuali che spesso costituiscono elementi di attrazione e simbolici di un percorso di visita. Tuttavia, nel caso di tali applicazioni web, per elaborazioni virtuali di oggetti o complessi è requisito di qualità fondamentale rendere espliciti i diversi livelli delle ricostruzioni: a) livello accertato sulla base della documentazione disponibile; b) livello congetturale presentato sulla base di indizi e/o confronti con altri casi accertati; c) livello non accertato su base documentaria e critica, cioè libera elaborazione.

7. Sostenere il turismo culturale: occorre di una sinergia di forze che veda i promotori dell'esposizione attivare iniziative idonee insieme con gli enti pubblici territoriali e i soggetti economici del settore turistico. Oltre a quanto descritto negli Obiettivi nn. 1 e 6, punto A, particolari "pacchetti turistici" connessi all'esposizione possono essere diffusi nell'applicazione web.

8. Offrire servizi didattici è certamente un requisito di qualità per un'applicazione web di un'esposizione temporanea. E' quanto mai importante il coordinamento tra gli

esperti della materia e gli insegnanti, nei diversi gradi scolastici, al fine di creare percorsi didattici attinenti alle diverse esigenze, che rispettino sia i programmi educativi sia l'adozione di linguaggi idonei (si veda il punto C dell'Obiettivo n. 6). Altro requisito di qualità è l'interattività dei servizi didattici, dove gli utenti possano essi stessi costruire l'applicazione seguendo percorsi preordinati.

9. Offrire servizi per la ricerca scientifica Nel caso di una applicazione web di una esposizione temporanea è importante soprattutto **fornire gli strumenti per collegarsi a siti culturali attinenti**. Per un risultato di qualità è tuttavia necessaria una progettazione attenta del sistema di ricerca/query e dei collegamenti con banche di dati esistenti.

10. Offrire servizi ai professionisti del settore non è attinente alla categoria.

11. Offrire servizi per le prenotazioni e gli acquisti è da considerarsi **necessario** per un'applicazione web di una esposizione. Se ne vedano gli aspetti anche negli Obiettivi nn. 1 e 7 già trattati.

12. Promuovere comunità telematiche di settore: la partecipazione attiva a portali tematici da parte dei soggetti pubblici promotori di una esposizione è **necessaria** soprattutto per il controllo della qualità delle informazioni.



4.1 Campionatura e Metodo

La mia analisi si focalizza sui **siti web di eventi culturali nel settore storico-artistico**. Ciò mi permetterà di operare successivamente confronti ed elaborare riflessioni più attendibili poiché riferiti allo stesso ambito tematico.

Sarà studiato un campione di pagine web di eventi e esposizioni temporanee recenti e/o in corso di svolgimento sul territorio italiano; si è inoltre proceduto a distinguere tre tipologie:

- **TIPOLOGIA A:** sito web costruito ad hoc, interamente dedicato all'evento,
www.perugino.it
www.botticellipalazzostrozzi.it
- **TIPOLOGIA B:** pagine web dedicate all'evento situate all'interno del sito dell'ente promotore, che si dedica esclusivamente all'organizzazione di eventi temporanei senza proprie collezioni permanenti
www.lineadombra.it
www.mazzotta.it
- **TIPOLOGIA C:** pagine web dedicate all'evento all'interno del sito dell'istituzione promotrice che possiede proprie collezioni permanenti (es. musei) .
www.museodelterritorio.biella.it
www.pinacoteca-agnelli.it

Questo campione sarà analizzato valutando ogni applicazione web sulla base di una **scheda di analisi** elaborata facendo riferimento a quanto enunciato dal Manuale (vedi paragrafo 3.1), **per verificare se il sito soddisfa i parametri stabiliti circa la qualità dell'informazione e l'efficienza comunicativa.**

I commenti agli obiettivi saranno affiancati da immagini delle pagine web analizzate.

Vista l'elevata variabilità delle applicazioni web sul breve periodo, si è reso necessario il download dei siti presi in esame, consultabili sul cd allegato.

4.2 Modello di scheda d'analisi

SCHEMA DI ANALISI	
Qualità ed Efficienza di siti web di Eventi Culturali	
DATI GENERALI	
EVENTO	<i>denominazione, luogo, periodo</i>
URL	<i>localizzazione sito</i>
TIPOLOGIA DEL SITO	<ul style="list-style-type: none"> - A: sito web costruito ad hoc, interamente dedicato all'evento, - B: pagine web dedicate all'evento situate all'interno del sito dell'ente promotore, che si dedica esclusivamente all'organizzazione di eventi temporanei senza proprie collezioni permanenti - C: pagine web dedicate all'evento all'interno del sito dell'istituzione promotrice che possiede proprie collezioni permanenti (es. musei)
AMBITO TEMATICO	<i>artistico, archeologico...</i>
MULTILINGUE	<i>lingue disponibili sul sito</i>
ANALISI OBIETTIVI	
MM	COMMENTO
1	1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico
2	2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico
6	3. Diffondere contenuti culturali <i>A- Informazione e orientamento di base</i> <i>B- Informazione e documentazione avanzata</i> <i>C- Ricostruzioni virtuali</i>
8	4. Offrire servizi didattici
9- 10	5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e per i professionisti di settore
11	6. Offrire servizi per le prenotazioni e gli acquisti
7	7. Sostenere il turismo culturale
4- 12	8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore
3	9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica
5	10. Presentare norme e standard di settore
VALUTAZIONE GENERALE	
<i>sintetico giudizio generale e valutazione ricapitolativa dell'analisi</i>	

Si ritiene opportuno segnalare che alcuni degli obiettivi enunciati nel Manuale sono stati accorpati e in parte ne è stato modificato l'ordine. Il numero riportato nella colonna 'MM' fa riferimento alla numerazione degli Obiettivi secondo il Manuale (Progetto Minerva).

DATI GENERALI

EVENTO CULTURALE: “Perugino, il divin pittore”

LUOGO: Perugia e l’Umbria

PERIODO: 28 febbraio - 18 luglio 2004

URL: www.perugino.it

TIPOLOGIA DEL SITO: A - sito web costruito ad hoc, interamente dedicato all’evento

AMBITO TEMATICO: storico-artistico

MULTILINGUE: sì, è possibile consultare il sito in lingua inglese cliccando sulla bandierina in alto a destra, disponibile in ogni momento della visita (Figura 1).



Figura 1 - La bandierina in alto a sinistra permette di visitare il sito in lingua inglese.

ANALISI OBIETTIVI

1. Rappresentare l’identità del soggetto culturale pubblico

L’evento temporaneo in questione non è inquadrabile in una realtà permanente ed promosso non da una singola istituzione bensì dalla collaborazione di più soggetti. L’ampiezza del Progetto Culturale si percepisce dal sottotitolo sulla homepage che riporta “Perugia e l’Umbria” e non una specifica località.

Poco visibile ma comunque presente la presentazione del Progetto, che vede sei mostre allestite in diversi luoghi espositivi sul territorio umbro: di ciò si parla non nella homepage ma sotto il link ‘Luoghi’ dove ritroviamo per l’appunto anche approfondimenti sulla storia e il contenuto dei diversi soggetti culturali coinvolti (Figura 2). Informazioni maggiori sulle mostre sotto il link ‘Mostre’ (Figura 3).

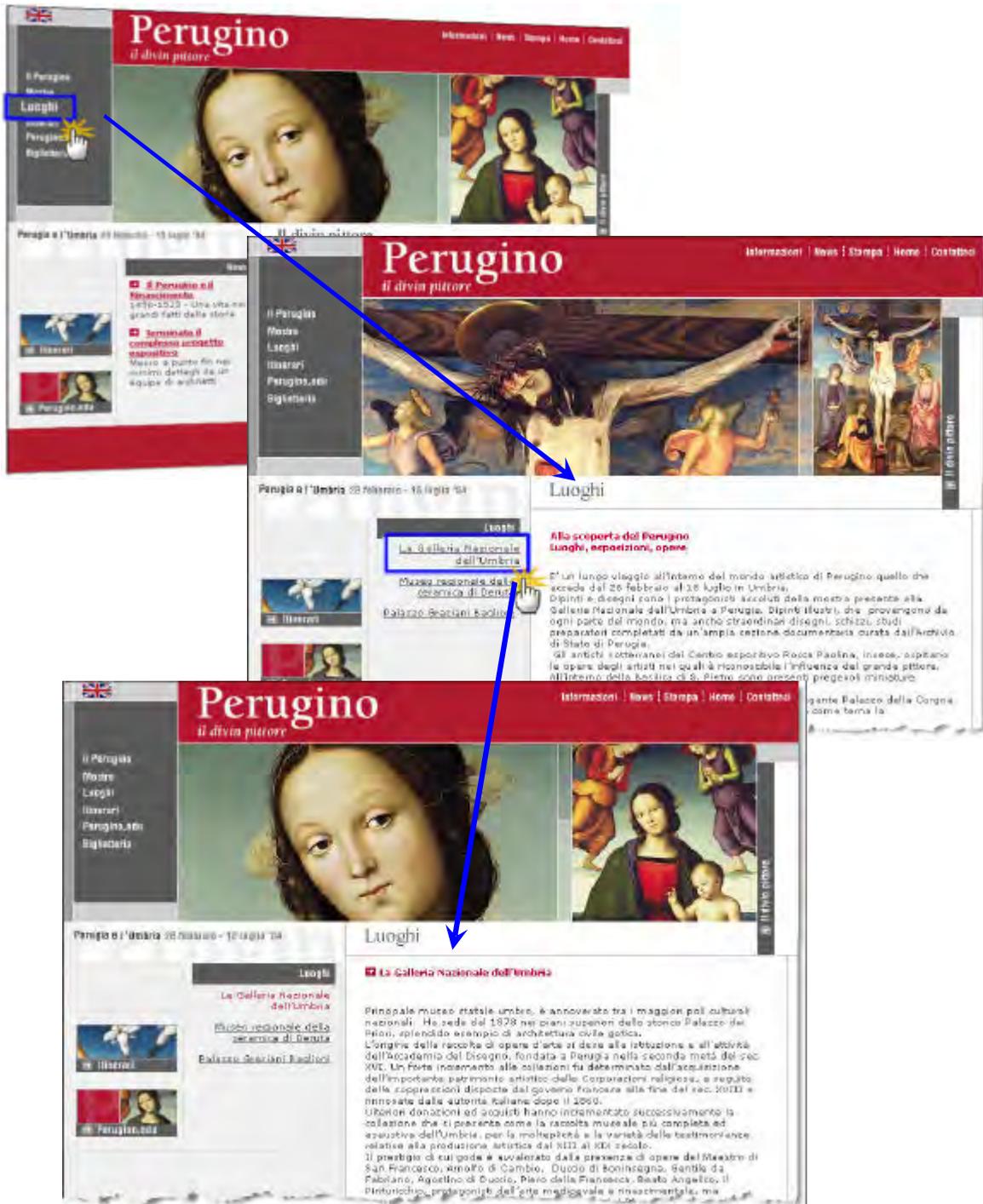


Figura 2 – L'identità dei soggetti culturali coinvolti è illustrata nel link 'Luoghi'

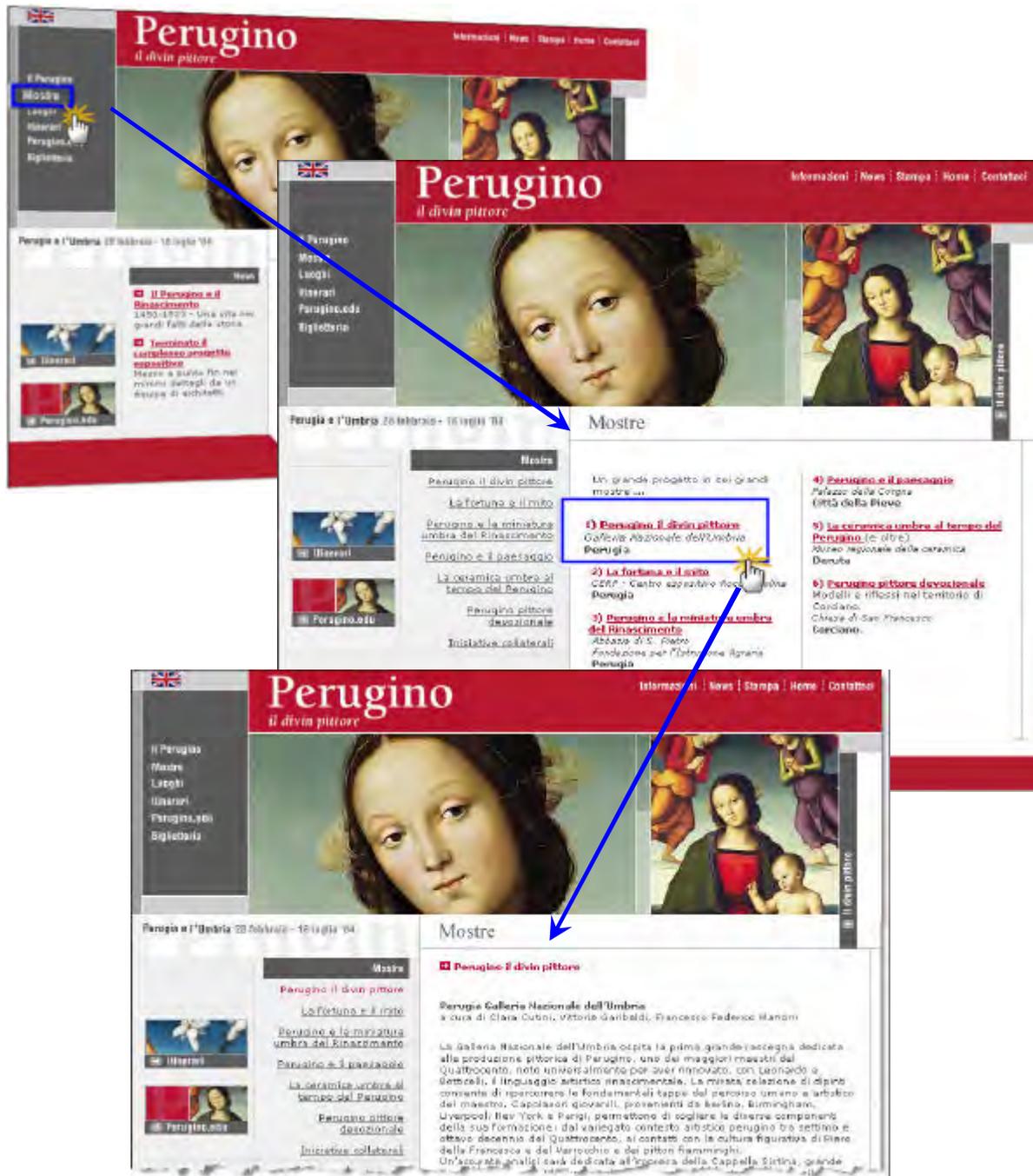


Figura 3 – L'illustrazione del Progetto compare nel link 'Mostre'

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico

Ritroviamo indicazioni sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici che hanno permesso la realizzazione dell'evento raccolte sotto le pagine *Informazioni*>*Credits*: notizie dettagliate ci sono fornite per quanto riguarda ideazione, promozione, struttura del comitato direttivo, promotore scientifico, della segreteria scientifica e organizzativa; riferimenti anche per quanto riguarda allestimento, grafica, media e stampa oltre che sponsor e altre aziende e istituzioni che hanno contribuito finanziariamente (Figura 4).

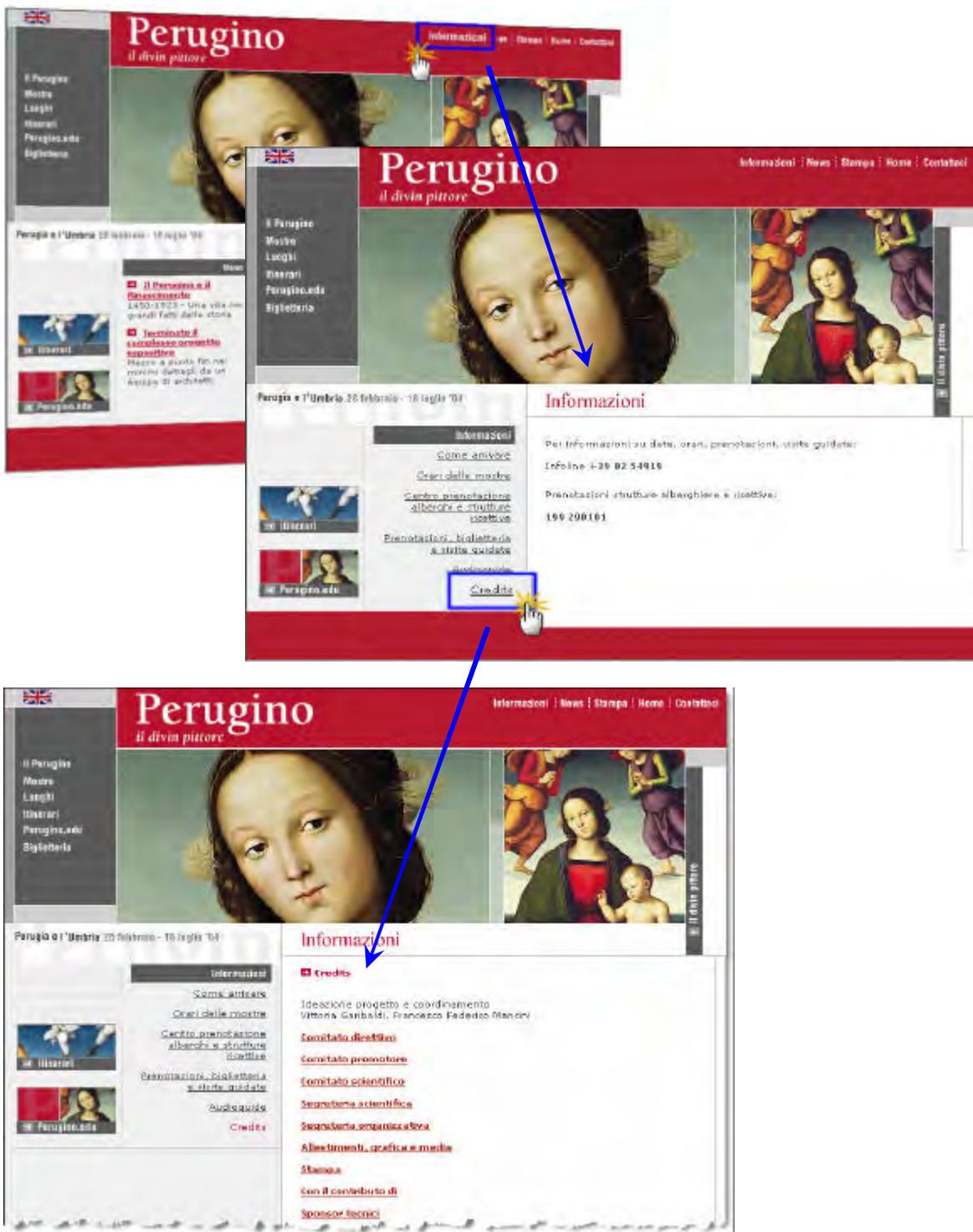


Figura 4 – Indicazioni sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici dell’evento

3. Diffondere contenuti culturali

E’ possibile differenziare i contenuti culturali offerti:

A- *Informazioni e orientamento di base:* I contenuti delle esposizioni sono illustrati in modo completo sotto le pagine ‘Mostre’: ad ognuna è riservata una pagina di presentazione (Figura 3). Periodo di apertura, orari, costi, servizi etc. sono consultabili in ‘Informazioni’

(Figura 5); coordinate geografiche per il raggiungimento dei luoghi espositivi si ritrovano in 'Informazioni>Come arrivare' (si veda obiettivo 7).

B- *Informazione e documentazione avanzata:* sotto la sezione 'News', che si apre direttamente sulla homepage sono disponibili approfondimenti sul pittore protagonista dell'evento e quindi biografia del Perugino e contesto storico-artistico, oltre che un articolo sull'allestimento del progetto (Figura 6). Informazioni più dettagliate sul contenuto delle sei mostre in 'Mostre': per ognuna è disponibile una scheda di presentazione (Figura 3).

C- *Ricostruzioni virtuali:* non disponibili



Figura 5 – Informazione e orientamento di base



Figura 6 – Informazione e documentazione avanzata

4. Offrire servizi didattici

Obiettivo ritenuto rilevante vista la costruzione di un'apposita sezione *Perugino.edu*: servizio definito nella schermata di presentazione come essenziale 'completamento del viaggio alla scoperta del Perugino' e come un 'laboratorio aperto' che verrà arricchito e aggiornato con nuovi temi di studio. Qui studenti e insegnanti possono trovare allettanti proposte di ricerca e approfondimenti di diversa natura oltre a curiosità sull'autore, ovvero stralci e notizie aneddotiche sul pittore estrapolate da scritti di Vasari, Giovanni Santi... (Figura 7)

Niente tuttavia di interattivo né di multimediale. Altre informazioni circa visite guidate e servizi didattici in *'Informazioni>prenotazioni,biglietteria e visite guidate'*: solo un numero di telefono però, e il riferimento al soggetto – Sistemamuseo - che si occupa di questo aspetto (Figura 8).



Figura 7 – Un nuovo servizio di didattica è offerto nella sezione 'Perugino.edu'



Figura 8 – Informazioni generali sui servizi didattici

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

Non sono presenti servizi particolarmente significativi per i professionisti di settore o per la ricerca: nessun collegamento a banche dati esterne o ad altri siti tematicamente attinenti sono presenti (non compaiono nemmeno i link ai siti dei soggetti culturali coinvolti).

Sono segnalate tuttavia le iniziative collaterali alle sei mostre in ‘Mostre>Iniziativa collaterali’ (Figura 9).



Figura 9 – A supporto dei professionisti di settore sono segnalate le iniziative collaterali

6. Offrire servizi per le prenotazioni e per gli acquisti

Possibili le prenotazioni on-line dei biglietti: nell'apposita sezione *'Biglietteria'* e ancora una volta in *'Informazioni>Prenotazioni, Biglietteria e Visite guidate'* troviamo il numero di telefono (con indicazione della tariffa!) o la possibilità di consultare il sito www.ticket.it/perugino oltre che la segnalazione dell'opportunità di poter acquistare i biglietti presso i punti vendita ReteBoxOfficenet. (Figura 10)

Non sono possibili invece gli acquisti di cataloghi e/o pubblicazioni inerenti all'evento.



Figura 10 - Le pagine del link *'Biglietteria'* illustrano le possibilità di prenotazione e acquisto on line.

7. Sostenere il turismo culturale

Punto molto curato, probabilmente ciò è dovuto anche alla particolare tipologia dell'evento, distribuito sul territorio, peraltro regione di rilevante interesse storico-artistico e paesistico non solo a livello nazionale.

Vengono suggeriti veri e propri itinerari (sezione apposita *'Itinerari'*) sul territorio umbro: una cartina esplorabile della regione e della città di Perugia è collegata a schede di approfondimento per ogni chiesa, edificio, monumento rilevanti e degni di visita. (Figura 11)

In 'Informazioni>Come arrivare' le spiegazioni sono molto dettagliate: l'utente è chiamato a scegliere tramite un apposito menù a tendina a quale città deve arrivare e in che modo (auto, treno, aereo). Gli verranno fornite minuziose indicazioni sul percorso da seguire, sui parcheggi, gli autobus e vie da percorrere a piedi. Interessanti sono i link esterni di Comuni e Aziende di Trasporto Urbano per eventuali approfondimenti. (Figura 12)

In *Informazioni>Centro Prenotazione Alberghi e Strutture Ricettive* si illustra una speciale collaborazione che permette la prenotazione di un pernottamento sul territorio unito alla possibilità di acquisto anticipato di biglietto/i per la/e mostra/e. All'utente viene fornito tuttavia un numero di telefono: la prenotazione non è disponibile on-line. (Figura 13)



Figura 11 – La sezione 'Itinerari' offre cartine esplorabili e approfondimenti

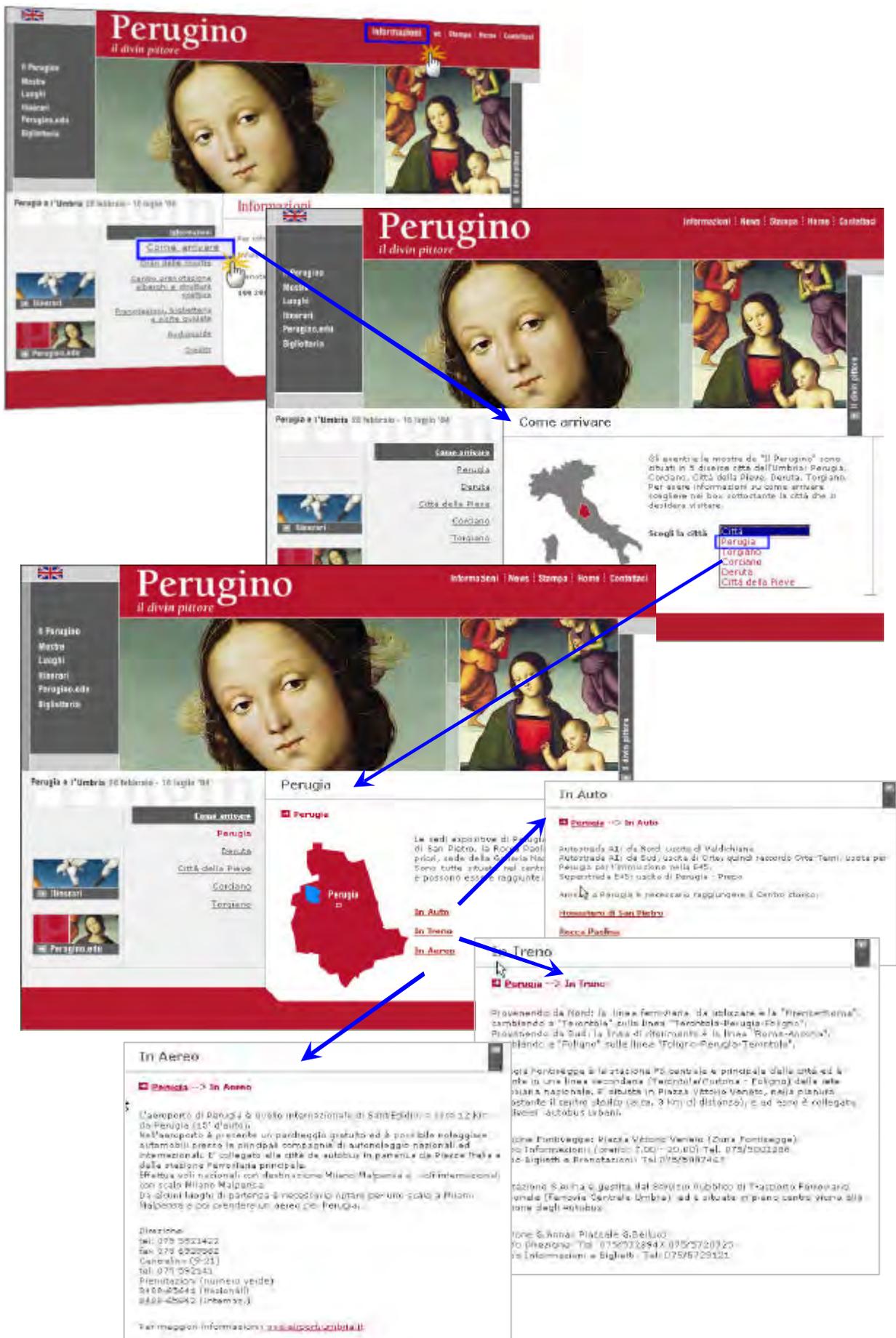


Figura 12 – Spiegazioni molto dettagliate si ritrovano nel link 'Informazioni>Come arrivare'



Figura 13 – All’utente viene offerta la possibilità di consultare le strutture ricettive convenzionate

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Non è presente la possibilità di consultare banche dati via web; non sono attivate collaborazioni on line con altri progetti culturali simili. Unica uscita verso l’esterno è quella verso i circuiti di promozione turistica (si veda obiettivo 7). Non sono attivi sistemi di coinvolgimento dell'utente, quali partecipazione a forum, mailing list e altri strumenti che stimolino la fidelizzazione dell'utente virtuale. Assenti quindi le funzioni che dovrebbero valutare il gradimento degli utenti, valutare l'adeguatezza del contenuto e ottimizzare i servizi.

9. Rendere trasparente la missione dell’applicazione web culturale pubblica

Trasparente risulta la missione dell’applicazione web: in primo luogo essa concorre a coordinare e riunire le iniziative del progetto, disseminate su tutta la Regione Umbria. Il sito inoltre risulta costruito in profondità e in modo leggero e veloce, permette quindi all’utente di approfondire o meno le parti a cui è maggiormente interessato. I settori di

approfondimento tematico inoltre risultano chiaramente separati da quelli informativi. Quasi nascosti e raggiungibili dopo diversi clic i settori pubblicitari (credits e sponsor).

10. Presentare norme e standard di settore

Questo obiettivo, come sottolineato dal Manuale, non è ritenuto rilevante per questo tipo di siti culturali. Non compaiono infatti riferimenti legislativi né vengono menzionate le normative vigenti.

VALUTAZIONE GENERALE

Una grafica elegante e leggera ci accompagna nella visita di questo sito appositamente costruito per un evento geograficamente distribuito affinché iniziative, mostre e attività siano riunite e raccordate l'una all'altra. Questo intento spiega facilmente il motivo per cui ampio spazio venga dedicato alla promozione del turismo culturale e del territorio: come visto sopra, si propongono itinerari, approfondimenti sui monumenti e musei delle varie città nominate, come anche si accenna alle strutture ricettive e turistiche.

Informazioni riguardo i contenuti delle mostre sono ben strutturati, in modo profondo e con diversi livelli di approfondimento; viene offerta la possibilità di prenotazione on line e proposta una sezione didattica particolare: questa non riporta esclusivamente le proposte attivate concretamente presso le sedi espositive ma risulta costruita appositamente per il web: niente ancora di interattivo ma spunti di ricerca, approfondimenti per le scuole e per insegnanti che si propone come 'laboratorio' aperto in continua crescita e sviluppo.

Il sito inoltre è disponibile per la consultazione anche in lingua inglese: nota positiva visto l'imponente numero di turisti stranieri che affollano questa regione.

DATI GENERALI

EVENTO CULTURALE: “Botticelli e Filippino: l’inquietudine e la grazia nella pittura del Quattrocento”

LUOGO: Firenze, Palazzo Strozzi

PERIODO: 11 marzo - 11 luglio 2004

URL: www.botticellipalazzostrozzi.it

TIPOLOGIA DEL SITO: A - sito web costruito ad hoc, interamente dedicato all’evento

AMBITO TEMATICO: storico-artistico

MULTILINGUE: sì, nel flash-screen iniziale è possibile scegliere la lingua cliccando per entrare nel sito in inglese ‘Welcome’ o ‘Skip Intro’, per quello in italiano invece cliccando ‘Benvenuto’ o ‘Salta Introduzione’ (Figura 1).

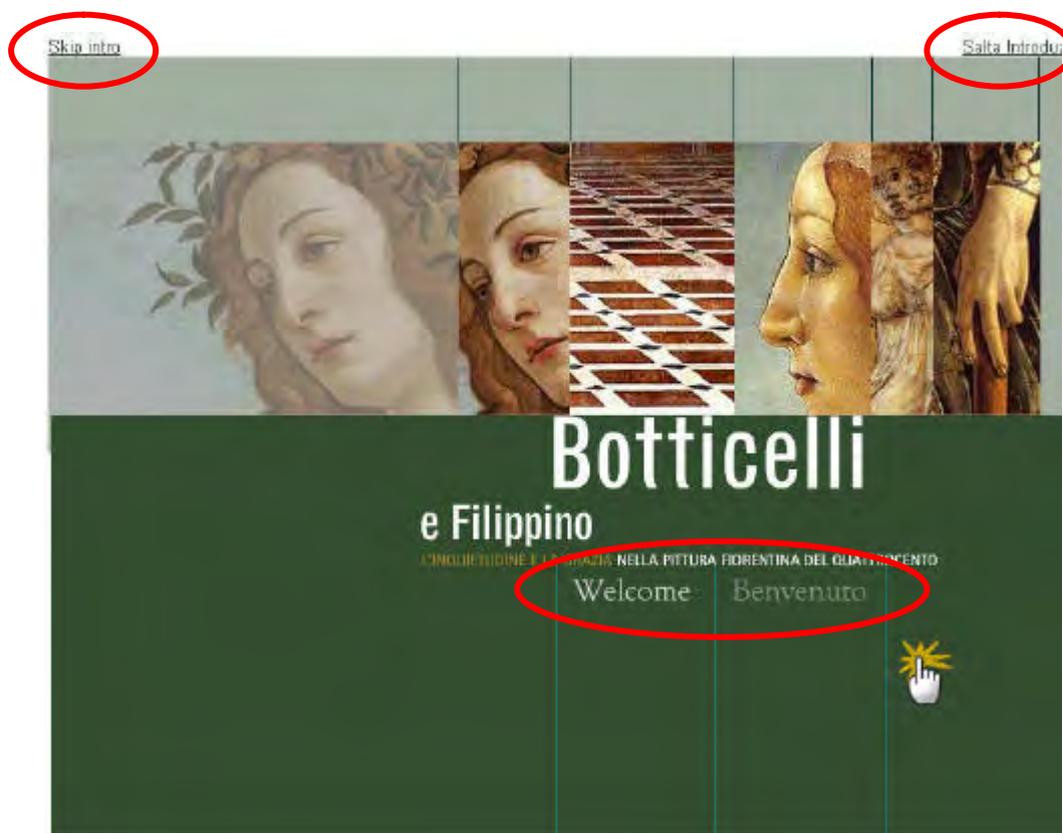


Figura 1 - Il flash-screen iniziale permette di scegliere la lingua delle pagine web, inglese o italiana.

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico

L'evento temporaneo presenta una homepage che riporta sul lato sinistro i soggetti che hanno a vario titolo collaborato nella realizzazione o che semplicemente lo hanno promosso o finanziato: sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica figurano la Soprintendenza Speciale per il Polo Museale Fiorentino, il Comune di Firenze, l'Ente Cassa di Risparmio di Firenze e Firenze Mostre S.p.A. Quattro quindi i promotori del progetto che verrà meglio illustrato nella presentazione nel link 'Mostra'. Per meglio inserire l'evento nel 'contenitore' fisico che lo ospita, viene fornita una scheda sulla 'Sede Espositiva', Palazzo Strozzi. (Figura 2)

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico

Non sono fornite indicazioni più dettagliate sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici: vengono nominati i nomi dei curatori all'inizio della schermata del link 'Mostra' ma non le personalità coinvolte per comitati scientifici e organizzativi, allestimento. Viene tuttavia illustrata l'attività di uno dei quattro enti promotori, Firenze mostre S.p.A., istituzione che dal 1999 si occupa di incrementare gli interventi nei settori di arte e cultura sul territorio fiorentino. (Figura 2)



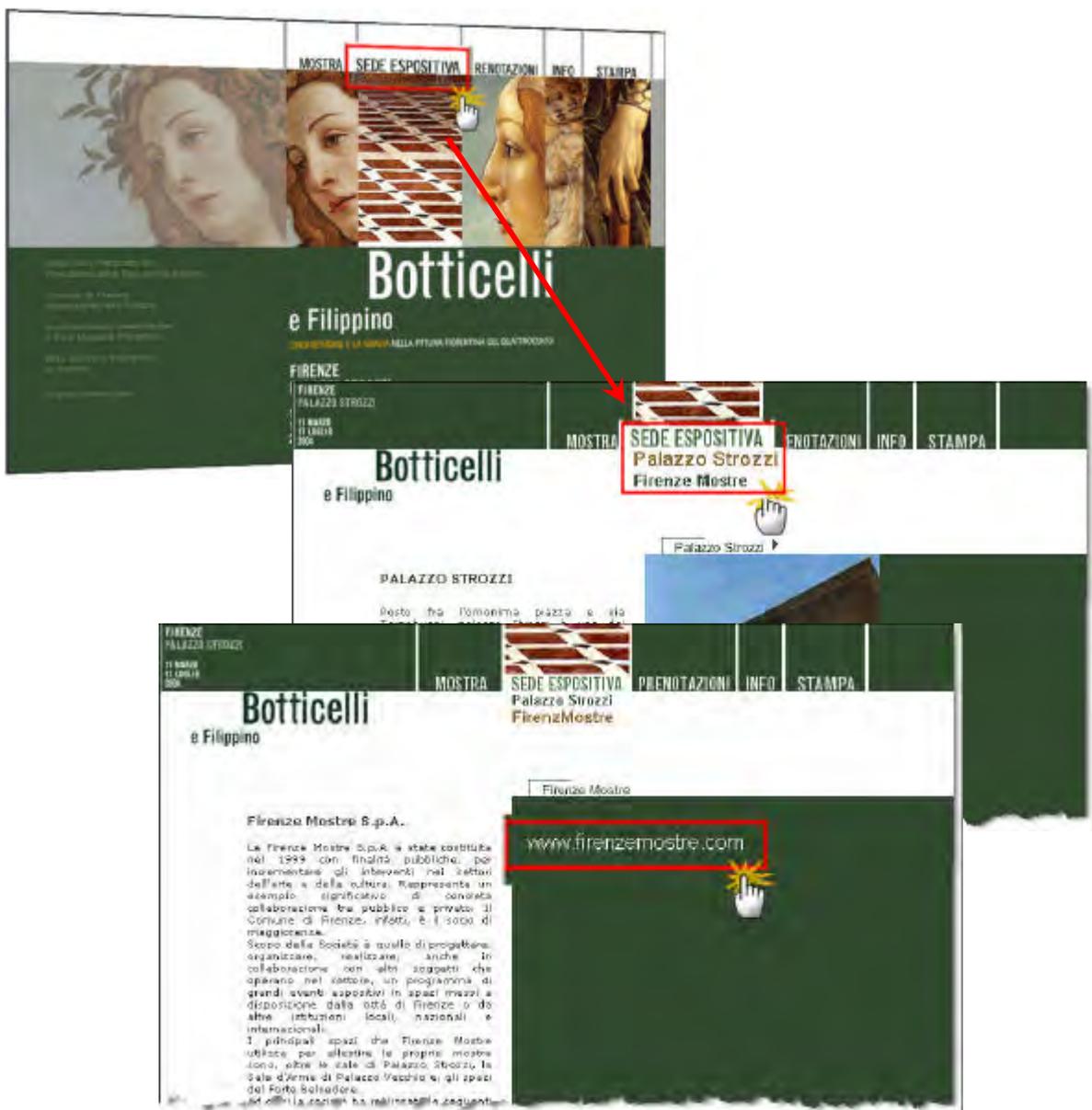


Figura 2 – L'identità e l'attività dei soggetti culturali coinvolti sono illustrate nei link 'Mostra' e 'Sede espositiva'

3. Diffondere contenuti culturali

A- Informazioni e orientamento di base: sono presenti le coordinate spazio-temporali per raggiungere l'evento, gli orari di visita, i costi e i servizi attivi nel link 'Info'. (Figura 3)

B- Informazioni e documentazione avanzata: il contenuto della mostra viene descritto nei paragrafi di presentazione del link 'Mostra'. Qui viene illustrato il tipo di mostra monografica proposta, e il modo in cui essa si lega alla sede espositiva, viene spiegato il titolo scelto per l'evento e presentati i temi dell'arte botticelliana presenti nell'esposizione e la sua evoluzione stilistica. Si informa inoltre che saranno possibili confronti diretti con altri artisti coevi presenti con le loro opere. Vengono citati i titoli di alcune opere esposte e offerta la possibilità di sfogliare una decina di immagini di dipinti. I paragrafi si articolano,

intuitivamente, secondo le sezioni dell'esposizione ('scene sacre e profane', 'santi', 'angeli', 'madonne', 'ritratti', 'allegorie e mito', 'gli anni di Savonarola', 'il dramma religioso'). (Figura 4)

C- Ricostruzioni virtuali: assenti



Figura 3 – Informazione e orientamento di base nel link 'Info'



Figura 4 – Informazione e documentazione avanzata nel link 'Mostra'

4. Offrire servizi didattici

Molto ridotte le informazioni sui servizi didattici offerti: solo nelle pagine del link 'Info' ritroviamo indicazioni su costi, numero di partecipanti, modalità di prenotazione per visite guidate e laboratori. Nient'altro. (Figura 5)



Figura 5 – Informazioni sui servizi didattici nel link 'Info'>'Visite'

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

Non vengono offerti servizi particolarmente specifici: non sono disponibili né sistemi di ricerca, né viene offerta la possibilità di consultare cataloghi o banche dati. Mancano anche link esterni verso altre manifestazioni collaterali o tematicamente affini.

6. Offrire servizi per le prenotazioni e per gli acquisti

Sono possibili le prenotazioni dei servizi didattici sia attraverso email alla 'Cooperativa Servizi Culturali Sigma', sia telefonicamente.

Nessuna indicazione invece per l'acquisto on line di cataloghi o libri. Interessante notare che il sito qualche mese prima dell'inizio della mostra esisteva già e presentava un link 'Bookshop' ancora in allestimento. A mostra iniziata ritroviamo un sito modificato, per ragioni che non ci è dato sapere, che ha optato per la sostituzione del link 'Bookshop' con un altro 'Stampa' che presenta le pagine dei comunicati stampa. (Figura 6)



Figura 6 – Il link ‘Bookshop’, che probabilmente avrebbe offerto servizi per le prenotazioni e gli acquisti online, è stato sostituito dal link ‘Stampa’; le due versioni sono state scaricate a circa un mese di distanza (5 marzo 2004 e 19 aprile 2004)

7. Sostenere il turismo culturale

L’applicazione web sembra non prestare molta rilevanza verso questo aspetto, nonostante il luogo in cui si situa l’evento - Firenze – che ci porterebbe a pensare il contrario...

E’ presente il link verso www.firenzemostre.it, che tuttavia ci porta a esplorare le mostre passate e presenti promosse esclusivamente da questa istituzione. (Figura 2)

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Ruolo poco efficace è svolto nei network di settore: non sono presenti link a banche dati, thesaurus, archivi, motori di ricerca che promuovano la condivisione dell'informazione. Non sono attivi sistemi di coinvolgimento dell'utente, quali partecipazione a forum, mailing list e altri strumenti che stimolino la fidelizzazione dell'utente virtuale. Assenti quindi le funzioni che dovrebbero valutare il gradimento degli utenti, valutare l'adeguatezza del contenuto e ottimizzare i servizi.

9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica

La missione prevalente in questa applicazione web è quella informativa e promozionale dell'evento. Assenti sono gli spazi pubblicitari.

10. Presentare norme e standard di settore

Questo obiettivo, come sottolineato dal Manuale, non è ritenuto rilevante per questo tipo di siti culturali. Non compaiono infatti riferimenti legislativi né vengono menzionate le normative vigenti.

VALUTAZIONE GENERALE

Ci si trova in questo caso di fronte a un sito caratterizzato da una grafica elegante e raffinata, costruito per un evento tematicamente rilevante e in una città prestigiosa a livello internazionale come Firenze. Si nota tuttavia che molti degli obiettivi stabiliti dal Manuale non vengono soddisfatti.

Il contenuto offerto in mostra è ben illustrato ma mancano approfondimenti (su autori, periodi storici...) ed è ridotto a una veloce e breve presentazione. Risultano scarse anche le iniziative a livello di didattica che si limitano a quelle tradizionali in mostra, peraltro non esaurientemente descritte (metodi, temi, obiettivi, target) all'utente telematico.

Mancano sforzi tesi allo sviluppo del turismo culturale (che si sia pensato che Firenze non ne abbia necessità?!) e alla promozione di comunità telematiche di settore.

Positivo il fatto che invece si sia pensato agli utenti stranieri con la predisposizione delle pagine in inglese.

DATI GENERALI

EVENTO CULTURALE: "L'Oro e l'Azzurro. I colori del Sud da Cézanne a Bonnard"

LUOGO: Treviso, Casa dei Carraresi

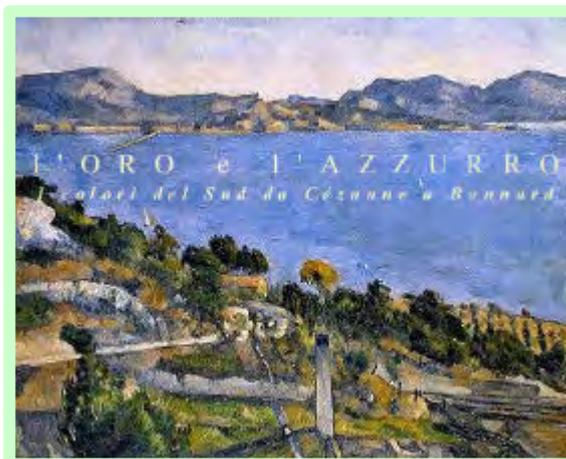
PERIODO: 10 ottobre 2003 - 7 marzo 2004

URL: www.lineombra.it

TIPOLOGIA DEL SITO: B - pagine dedicate all'evento situate all'interno del sito dell'ente promotore, che si dedica esclusivamente all'organizzazione di eventi temporanei, senza proprie collezioni permanenti

AMBITO TEMATICO: storico-artistico

MULTILINGUE: no, non è possibile consultare le pagine del sito in una lingua diversa da quella italiana.



ANALISI OBIETTIVI

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico

Sono presenti in modo chiaro ed evidente sulla home page iniziale della mostra i loghi dei due promotori principali dell'evento: Fondazione Cassamarca e Lineadombra. Non è chiaro e a che titolo e in che percentuale collaborino e si spartiscano la realizzazione della mostra ma è chiaro che l'ideazione si inserisce nel progetto culturale di Lineadombra che ospita le pagine dedicate a questo specifico evento proprio nel suo sito web.

Cliccando sul link 'Lineadombra' è infatti possibile approfondire la storia, le finalità e l'organizzazione del soggetto culturale in questione. Le pagine di 'Presentazione' riportano in breve la formazione dell'istituzione sotto la guida di Marco Goldin, che dall'organizzazione di mostre si è col tempo specializzata nella stampa di libri e cataloghi, nonchè nell'attività didattica; un ulteriore recente sviluppo nel 2004 porta Lineadombra con

le sue mostre in diverse città italiane (oltre a Treviso) con la collaborazione di Comuni, Regioni, Fondazioni locali e sponsor. (Figura 1)

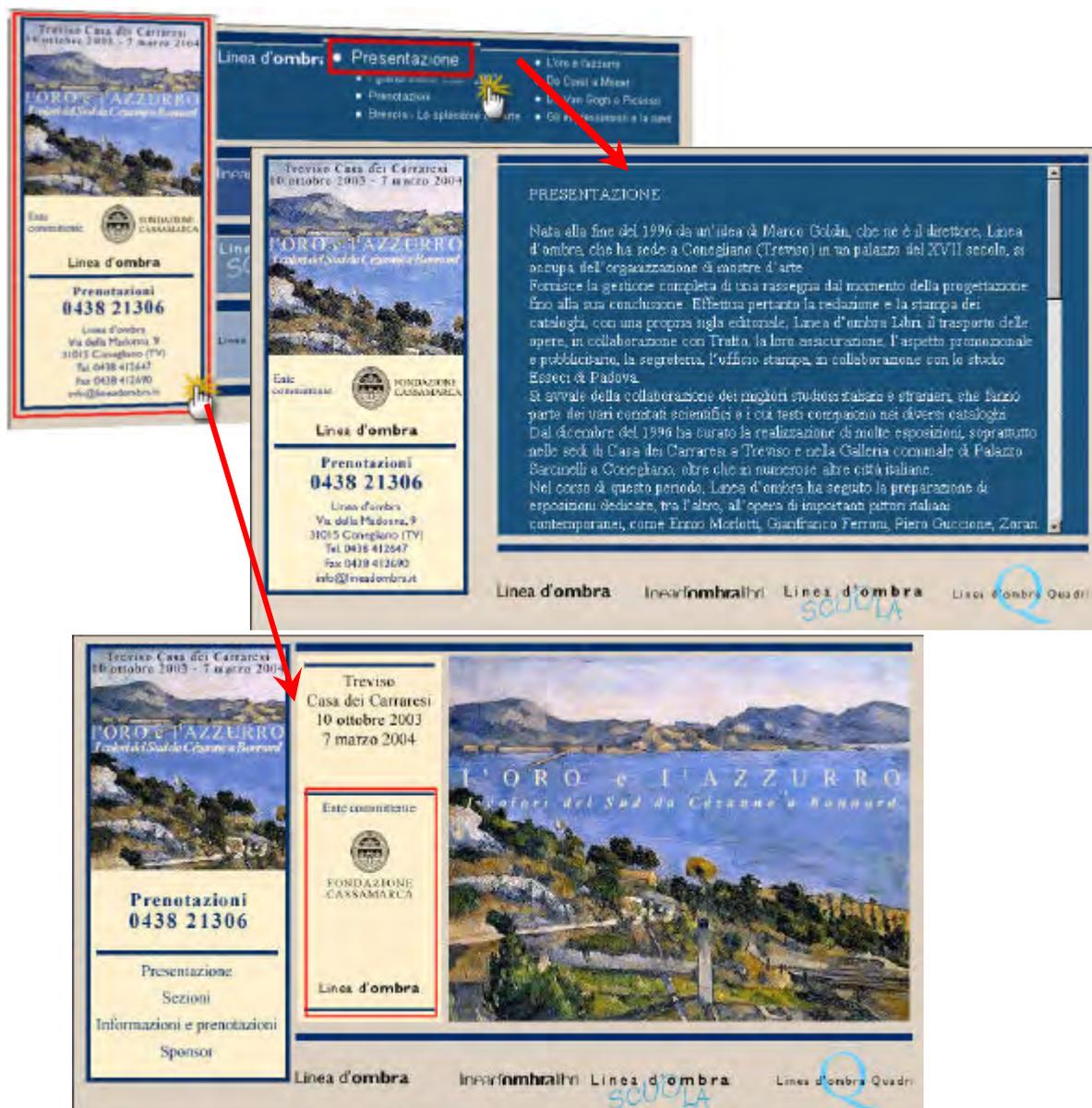


Figura 1- E' possibile aprire la homepage della mostra dall'evidente link a sinistra sulla homepage del soggetto promotore, Lineadombra. Di questo inoltre viene descritta l'identità nella sezione 'Presentazione'.

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico

La chiarezza nell'illustrare gli aspetti organizzativi si ha già in parte nella schermata iniziale di presentazione generale (si veda l'obiettivo 1); per quanto riguarda gli aspetti specifici e organizzativi, amministrativi ed economici che hanno permesso la realizzazione della mostra si fa riferimento alla sezione 'Informazioni' e 'Sponsor'. In quest'ultima compaiono i nomi e le personalità coinvolte nel progetto, il curatore, gli indirizzi per eventuali contatti, informazioni circa l'ufficio stampa...tutto ciò che rende quindi possibile inserire l'evento in un particolare e definito contesto. (Figura 2)

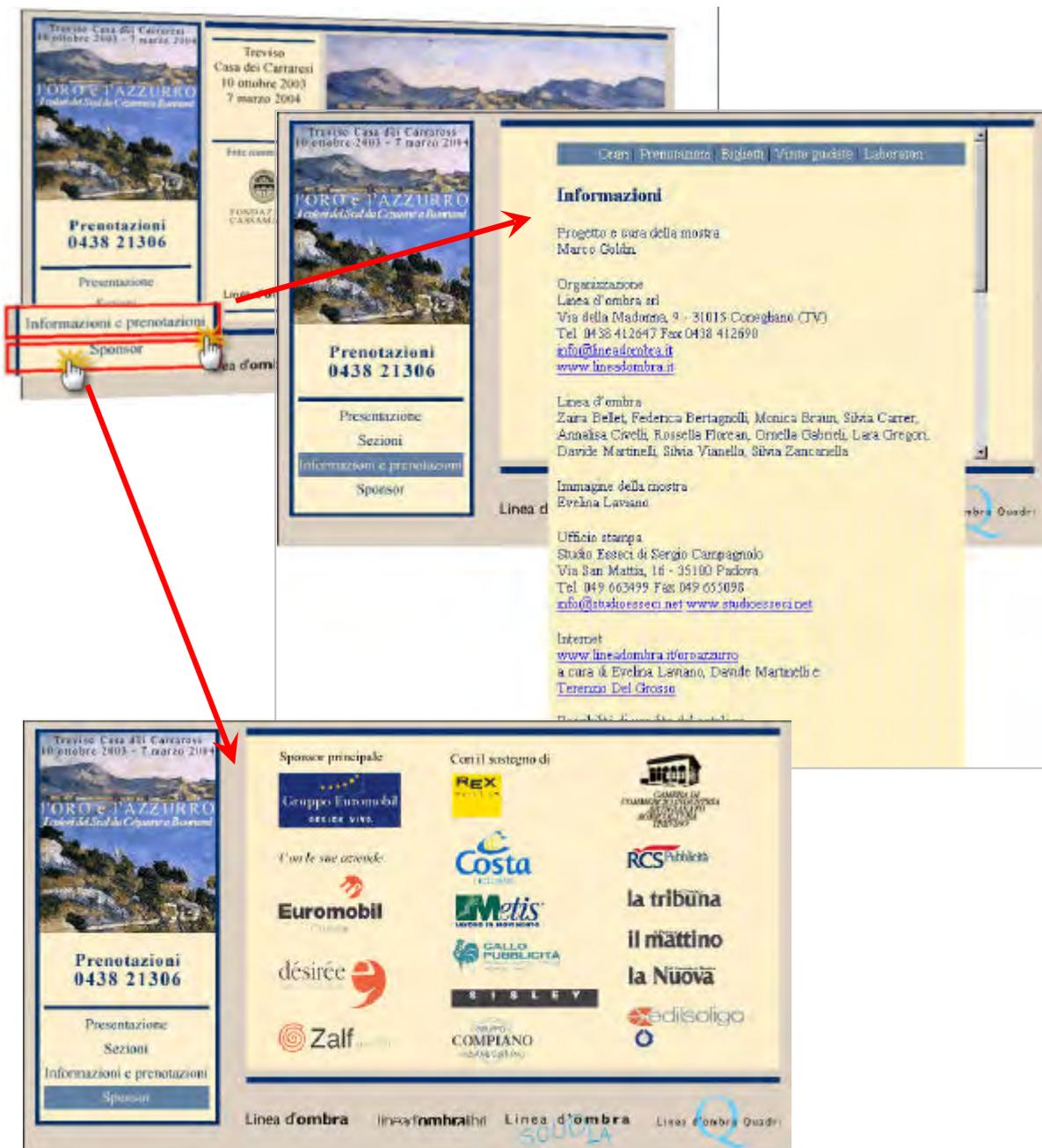


Figura 2- Maggiori informazioni sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici che hanno permesso la realizzazione della mostra sono disponibili nei link 'Informazioni' e 'Sponsor'

3. Diffondere contenuti culturali

E' l'obiettivo centrale per una mostra e può essere sviluppato su diversi livelli di approfondimento a seconda delle risorse disponibili e delle caratteristiche dell'esposizione.

In questo caso è possibile differenziare i contenuti culturali offerti:

A- *Informazione e orientamento di base*: sono ampiamente fornite informazioni sui contenuti, sul luogo, sul periodo di apertura, sugli orari e i tempi di visita, sulla vendita dei biglietti e sui servizi disponibili nella sezione 'Informazioni' (Figura 2) e in parte in 'Presentazione' (Figura 3).

B- *Informazione e documentazione avanzata* : viene curata l'informazione che permette di prepararsi culturalmente alla visita nella pagina di '*Presentazione*' della mostra e nelle '*Sezioni*' che presentano le opere esposte. Poco invece viene offerto per approfondimenti successivi alla visita (ad esempio sul periodo storico, sul contesto artistico, sulla biografia degli autori, sulle tecniche...)

C- *Ricostruzioni virtuali*: assenti

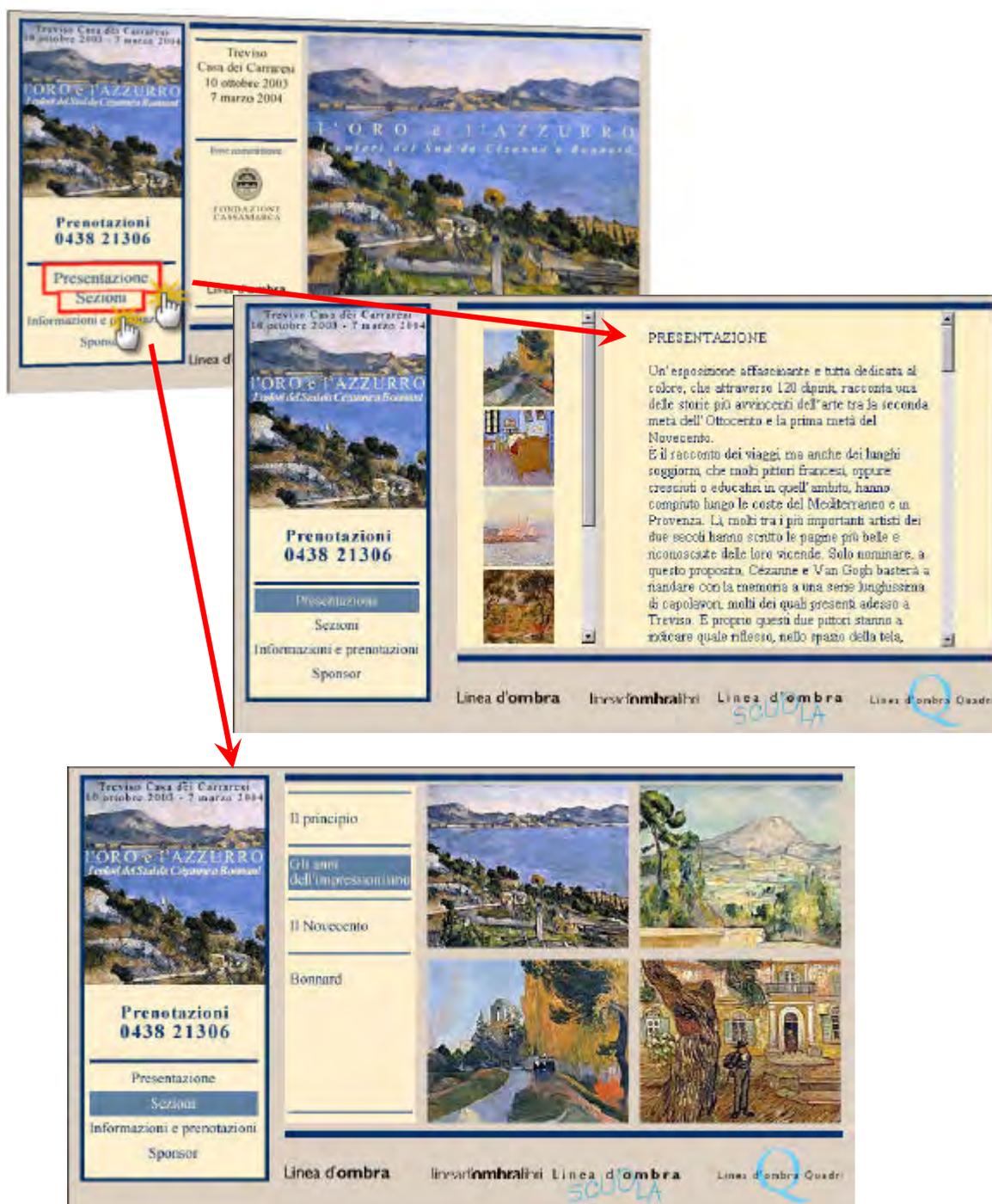


Figura 3- Le pagine dei link '*Presentazione*' e '*Sezioni*' racchiudono la maggior parte del contenuto culturale

4. Offrire servizi didattici

Per quanto riguarda gli specifici servizi didattici (laboratori e visite guidate) attivati in concomitanza dell'evento troviamo informazioni generali (costi, numero di partecipanti) nelle pagine dedicate alla mostra ('*Informazioni*'). (Figura 4)

E' tuttavia stata pensata dall'istituzione promotrice un'apposita sezione 'LineaombraSCUOLA' a cui si arriva da un link sempre disponibile durante la visita nella banda inferiore della pagina. Qui troviamo informazioni più dettagliate sulle attività proposte a fianco delle varie esposizioni circa obiettivi e modalità di svolgimento (Figura 5). Mancano tuttavia quelle attività e proposte didattiche interattive, multimediali e on-line di cui parla il Manuale.

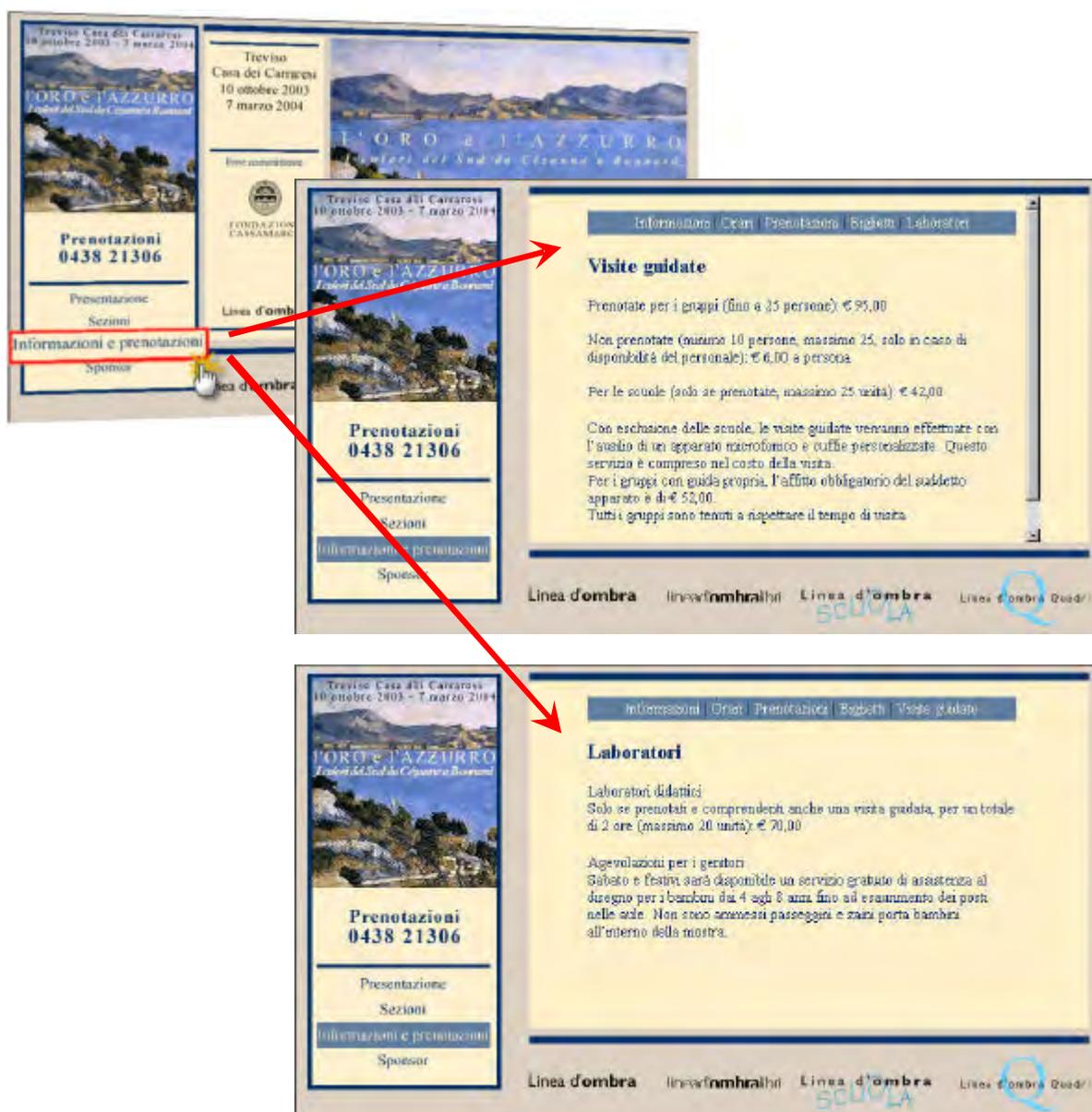


Figura 4 – Informazioni generali circa i servizi didattici attivati in concomitanza all'evento



Figura 5- Informazioni più dettagliate sulle proposte didattiche nella sezione 'Lineadombra Scuola'

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

Non vengono offerti servizi particolarmente specifici: non sono disponibili né sistemi di ricerca, né viene offerta la possibilità di consultare cataloghi o banche dati. Rimangono tuttavia consultabili le pagine del sito dedicate alle mostre passate, quelle future o contemporanee all'evento preso in esame tramite link sulla homepage dello stesso Soggetto Culturale (Figura 6). E' inoltre possibile consultare in 'LineaombraLIBRI' l'elenco delle pubblicazioni e dei volumi disponibili per un'eventuale ordinazione (Figura 7).



Figura 6- E' possibile la consultazione delle pagine dedicate ad altri eventi promossi dallo stesso soggetto culturale

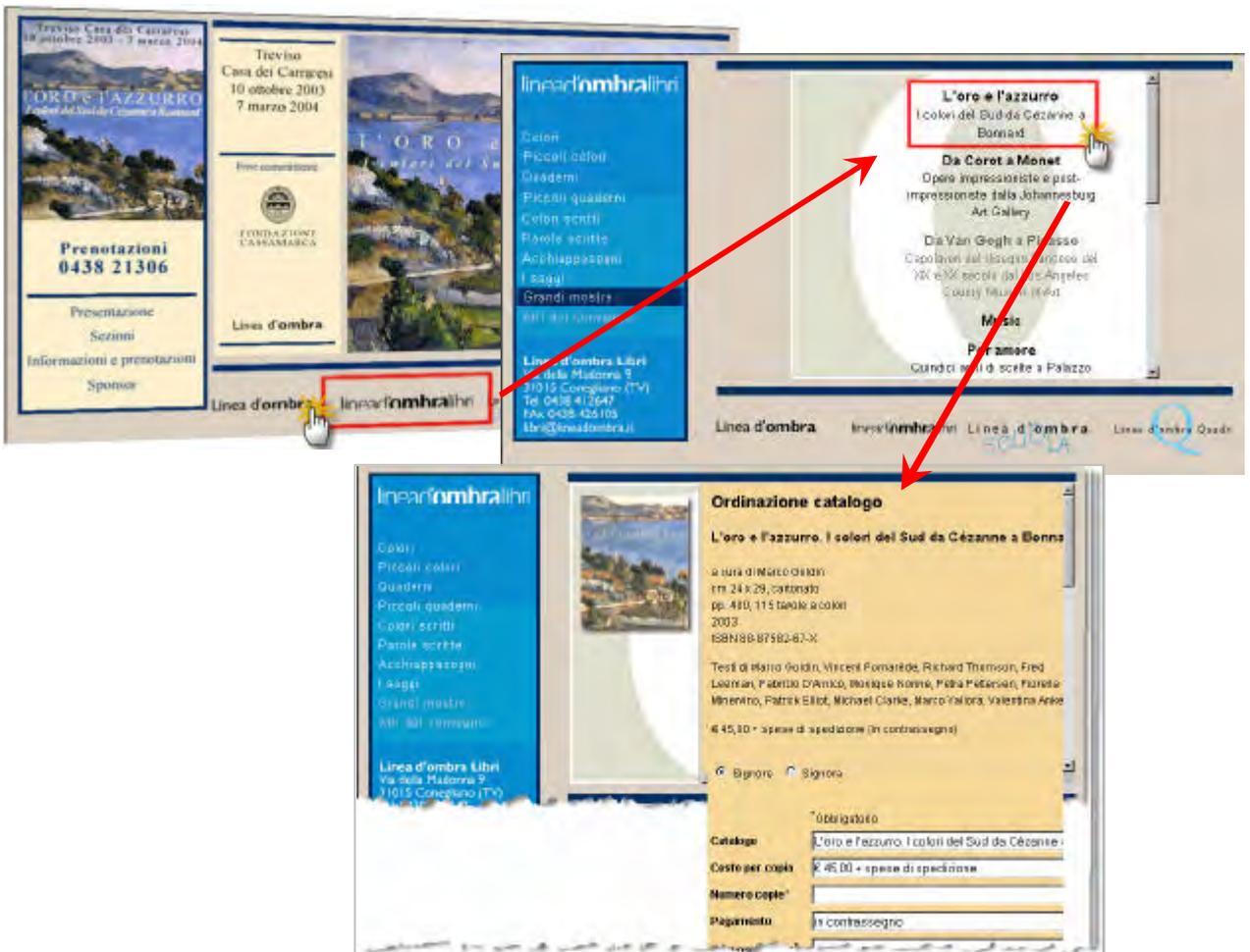


Figura 7- Nella sezione 'Lineadombra Libri' è possibile consultare l'elenco delle pubblicazioni disponibili

6. Offrire servizi per le prenotazioni e per gli acquisti

Molto curato questo aspetto: la prenotazione dei biglietti viene affidata a un'istituzione esterna apposta, *'Ibiscured - un nuovo modo di muoversi per l'arte'* (Figura 8). Sono inoltre disponibili acquisti on line delle pubblicazioni Lineadombra nella sezione *'LineadombraLIBRI'*, previa compilazione dell'apposito modulo (Figura 7).



Figura 8- Le prenotazioni on line sono affidate 'Ibiscured'

7. Sostenere il turismo culturale

Poco curato questo obiettivo: assenti indicazioni su altre iniziative che coinvolgano enti territoriali locali analoghi e soggetti economici turistici. Nelle pagine invece dedicate alle mostre che avranno luogo nella città di Brescia, sempre promosse da Lineadombra, ritroviamo informazioni turistiche sulla città (*'Alla scoperta della città'*), forse fenomeno

dettato dal fatto che queste ultime iniziative si inseriscono in un più ampio progetto di promozione culturale e artistica della città ('*Brescia, lo splendore dell'arte*') (Figura 9).



Figura 9- Informazioni che sviluppano il turismo culturale si ritrovano esclusivamente nelle pagine dedicate alle iniziative culturali della città di Brescia

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Ruolo poco efficace è svolto nei network di settore: non sono presenti link a banche dati, thesaurus, archivi, motori di ricerca che promuovano la condivisione dell'informazione. Non sono attivi sistemi di coinvolgimento dell'utente, quali partecipazione a forum, mailing list e altri strumenti che stimolino la fidelizzazione dell'utente virtuale. Assenti

quindi le funzioni che dovrebbero valutare il gradimento degli utenti, valutare l'adeguatezza del contenuto e ottimizzare i servizi.

9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica

Le pagine prese in esame forniscono agli utenti un'informazione sufficientemente completa circa obiettivi, responsabilità e competenze coinvolte. Risultano chiaramente suddivisi gli ambiti di semplice informazione, quelli di approfondimento tematico dai settori prettamente pubblicitari.

10. Presentare norme e standard di settore

Questo obiettivo, come sottolineato dal Manuale, non è ritenuto rilevante per questo tipo di siti culturali. Non compaiono infatti riferimenti legislativi né vengono menzionate le normative vigenti.

VALUTAZIONE GENERALE

Da un'attenta analisi, che non può non rilevare l'appagante grafica di questa applicazione web, si nota e appare insolito il fatto che un'applicazione web di un soggetto culturale di così ampio respiro come Lineadombra non disponga della funzione multilingue per meglio accogliere gli eventuali e probabilmente presenti visitatori stranieri. Stupisce anche il fatto che manchi una particolare attenzione verso il turismo culturale...Lineadombra sembra rimanere chiusa in se stessa, proponendo esclusivamente ciò che essa offre, senza fornire segnalazioni sul territorio in cui essa opera o almeno dei link esterni verso aziende di promozione turistica o verso altre pagine web dedicate a eventi culturali collaterali o affini. Presenta in modo abbastanza ben strutturato informazioni generali e più approfondite sull'evento e sul suo contenuto come anche i servizi didattici attivati...nulla tuttavia di interattivo on line. Disponibili invece servizi di acquisto e prenotazione (biglietti e pubblicazioni) via rete.

DATI GENERALI

EVENTO CULTURALE: “Federico Zandomeneghi, impressionista veneziano”

LUOGO: Milano, Fondazione Antonio Mazzotta

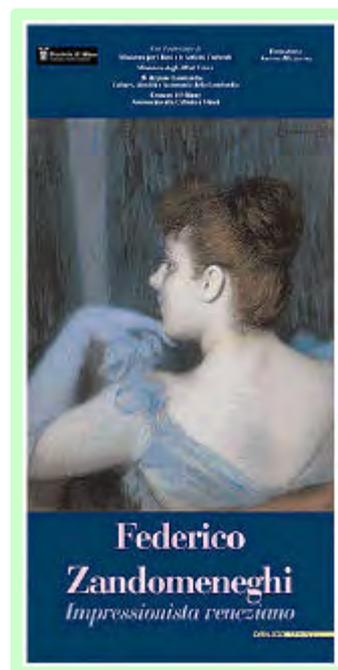
PERIODO: 20 febbraio – 6 giugno 2004

URL: www.mazzotta.it

TIPOLOGIA DEL SITO: B - pagine dedicate all'evento situate all'interno del sito dell'ente promotore che si dedica esclusivamente all'organizzazione di eventi temporanei, senza proprie collezioni permanenti

AMBITO TEMATICO: storico artistico

MULTILINGUE: no, non è possibile consultare le pagine del sito in una lingua diversa da quella italiana



ANALISI OBIETTIVI

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblica

Risulta chiaro che l'ente culturale promotore della mostra in esame è la Fondazione Antonio Mazzotta che dispone di una propria sede per l'allestimento e la promozione di eventi temporanei. Essa ospita nel proprio sito le pagine dedicate alla mostra e non rinuncia a rendere disponibili all'utente maggiori informazioni sulla propria identità nella sezione *'La Fondazione'*. Qui sono presentati diversi brevi paragrafi dal titolo: *'Che cos'è'*, *'Dove si trova'*, *'Come è fatta'*, *'Come è nata'*, *'Che cosa fa'*, *'Attività espositive'*, *'Video e Conferenze'*, *'Attività didattiche'*, *'Con chi ha lavorato'*, *'I numeri della Fondazione'*. (Figura 1)



Figura 1 – Le pagine 'La Fondazione' illustrano l'identità del soggetto culturale

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblica

Maggiori informazioni sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici che hanno permesso la realizzazione della mostra le ritroviamo sulla homepage di questa: compaiono infatti i nomi dei curatori, ma anche degli enti patrocinatori (Comune di Milano, Ministero) e quelli preposti all'assistenza tecnica (ATM).



Figura 2 – Sulla homepage della mostra compaiono i soggetti coinvolti nell'organizzazione dell'evento

3. Diffondere contenuti culturali

I contenuti veri e propri si possono ritrovare aprendo il link 'approfondimento': un titolo abbastanza insolito se pensiamo che aprendolo ritroviamo una lunga schermata con una prima parte dedicata alle informazioni generali (*A- Informazione e orientamento di base*): numero di telefono, indirizzo email, periodo e luogo, informazioni per prenotazioni, biglietti, visite guidate, orari, catalogo...

Segue, scorrendo la lunga pagina, una parte di presentazione discorsiva del contenuto della mostra (*B- Informazione e documentazione avanzata*), con una descrizione dell'esposizione, delle opere presenti e dei temi prescelti. Tutto ciò affiancato da quattro immagini dei dipinti esposti. (Figura 3)

C- Ricostruzioni virtuali: assenti

FONDAZIONE ANTONIO MAZZOTTA

LA MOSTRA

FEDERICO ZANDOMENEGHI
Impressionista veneziano
A cura di Edmondo Ferrario e Tullio Spaziani

28 febbraio - 6 giugno 2004

Milano, Fondazione Antonio Mazzotta
Foro Buonaparte 50 - 20121 Milano

Per informazioni: tel. 02 878197, fax 02 9683046
E-mail: inform@fm.mazzotta.it
Sezione didattica: informazioni, tel. 02-86912297;
prenotazioni e servizi: tel. 02-72094258
(dal lunedì al venerdì, orario 10-15);
email: didattica@mazzotta.it, www.mazzotta.it/edu

Biglietto d'ingresso: euro 8,00 (intero, euro 7,504,50 ridotti)
Orario: 10-19.30, martedì e giovedì 10-12.30. Chiuso lunedì.
Apertura straordinaria: lunedì 12 aprile, domenica 25 aprile,
sabato 1 maggio, mercoledì 2 giugno 2004 (orario 10-19.30).
Chiusa: domenica 11 aprile 2004 (Pasqua)

Catalogo: Edizioni Gabriele Mazzotta: 35 euro in libreria, 25,00
euro in mostra
Catalogo Collana Ragazzi
FEDERICO ZANDOMENEGHI. Dado alla ricerca di Jeanne
Edizioni Gabriele Mazzotta - Collana Ragazzi (euro 14 in libreria,
euro 8,00 in mostra). A cura di Cristina Baldacci
mazzottaeditrice.milano.it

Dal 20 febbraio al 6 giugno 2004 la Fondazione Antonio Mazzotta, in collaborazione con la Provincia di Milano/Cultura e Beni Culturali, organizza la mostra "Federico Zandomeneghi, Impressionista veneziano".

La mostra è dedicata al lavoro di un pittore veneziano e le testimonianze espressive di Zandomeneghi e dello stesso tempo ispiratore, anche grazie ai prestiti dei musei, molti dei riconosciuti capolavori dell'artista, come *La donna*, *Veduta in canonico* e *Le Mulin de la Giudea*.

Il catalogo edito da Mazzotta, oltre a riprodurre a colori tutte le opere esposte, contiene i testi di Francesca Castellani (testo introduttivo su Zandomeneghi a Parigi), Nicola Colombo (Zandomeneghi e la galleria francese, in particolare di Paul Durand-Ruel), Tullio Spaziani (*La donna e la moda* nelle opere di Zandomeneghi), Ippolito Edmondo Ferrario (Zandomeneghi e la Galleria Scuderi), Giovanni C. F. Villa (sul risultato delle analisi radiografiche effettuate su alcune opere di Zandomeneghi) una biografia a cura di Nicola Colombo, e la scheda critica della mostra a cura di Tullio Spaziani, Silvio Bignami e Ippolito Edmondo Ferrario. Per l'occasione sarà pubblicato anche un catalogo per ragazzi dal titolo *Federico Zandomeneghi. Dado alla ricerca di Jeanne* curato da Cristina Baldacci.

LA FONDAZIONE

LA MOSTRA

LA FONDAZIONE

SEZIONE DIDATTICA

EDIZIONI MAZZOTTA

Figura 3 – Il contenuto culturale offerto si ritrova nelle pagine raccolte sotto il link 'approfondimento'

4. Offrire servizi didattici

Esiste un'apposita 'Sezione Didattica' nel sito che illustra la gestione di questo aspetto. Sono attivati servizi di didattica tradizionale quali visite guidate, laboratori-gioco, conferenze pensati da una specifica équipe di esperti e differenziati per fasce d'età.

Viene inoltre illustrata una recente novità: l'allestimento di un servizio di didattica on line (www.mazzotta.artv.it). Il suo scopo è quello di rendere fruibili prodotti e servizi a un vasto pubblico di utenti; i percorsi proposti dedicano un'attenzione particolare al mondo della scuola e alle esigenze di insegnanti e studenti stimolando da un lato la sensibilità e la curiosità verso l'arte nei ragazzi e dall'altro offrendo un supporto all'attività degli insegnanti. Altre pagine web inoltre sono propedeutiche alla visita o offrono un approfondimento successivo ad essa con la proposta di laboratori attivi on line. (Figura 4)



Figura 4 – Vengono illustrati esaurientemente i servizi didattici attivati in mostra e si presenta il nuovo servizio di didattica on line 'Artv'

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

Non vengono offerti servizi particolarmente specifici: non sono disponibili né sistemi di ricerca, né viene offerta la possibilità di consultare cataloghi o banche dati.

Sono presenti tuttavia i links nella banda inferiore 'Agenda', 'Eventi', 'Prossime Mostre' e 'Mostre in altre sedi' che potrebbero essere utili per la ricerca di altri avvenimenti, eventi, mostre, conferenze inerenti al settore. (Figura 5)



Figura 5 – I links che potrebbero essere utili ai professionisti di settore

6. Offrire servizi per le prenotazioni e per gli acquisti

Sono possibili le prenotazioni di visite guidate e laboratori: vengono forniti un indirizzo email e un numero di telefono. Gli acquisti si possono effettuare nella sezione 'Edizioni Mazzotta': un'elenco di volumi, la funzione di ricerca, indicazioni bibliografiche dettagliate (prezzo, autore, numero di pagine...) ne permettono l'ordine in rete.

7. Sostenere il turismo culturale

Aspetto che non risulta molto curato: viene fornita una cartina che illustra come raggiungere la sede espositiva nel link in basso 'Dove siamo', ma non compaiono indicazioni su altre mostre che non siano organizzate dalla stessa Fondazione. (Figura 6)

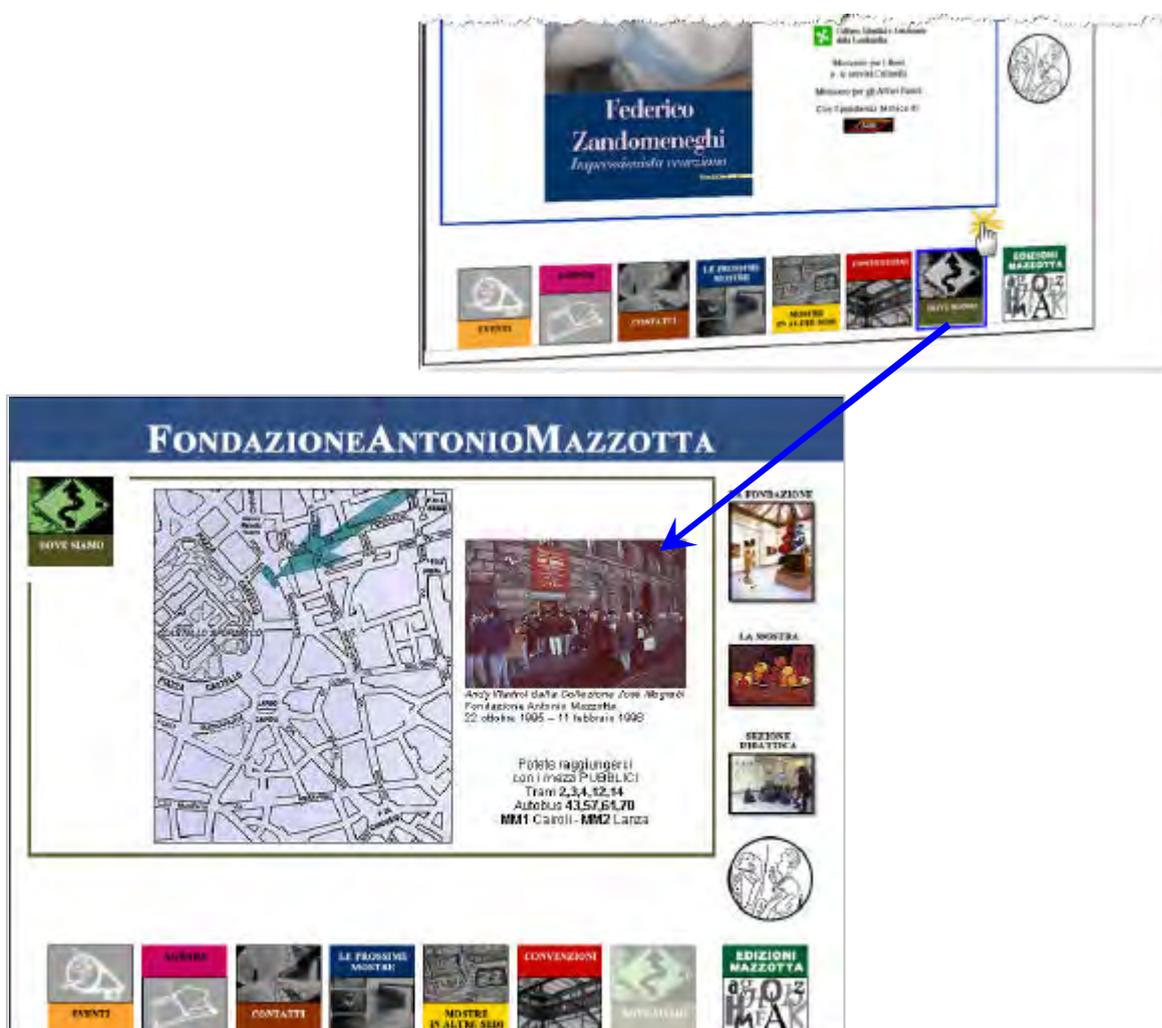


Figura 6 – Nel link 'Dove siamo' viene fornita una cartina illustrativa per raggiungere la sede della mostra

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Con l'attivazione del servizio in rete Artv, di cui si è parlato al punto 4, è stato pensato di incrementare il dialogo tra pubblico e operatori della Fondazione tramite un servizio di 'on demand' e di 'tutoring on line'. Questi permettono di interagire, alla fine dei percorsi didattici proposti, con una redazione che risponde a quesiti di approfondimento e di disporre delle tradizionali attività di interazione in rete: chat, forum, FAQ, dove la redazione sviluppa i temi suggeriti dalla comunità di utenti.

9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica

L'applicazione web garantisce l'informazione all'utente senza essere offuscata da intenti pubblicitari; rimangono evidenti e ben distinti i settori dedicati all'informazione sulla mostra da quelli sulla fondazione o da quelli che illustrano i servizi offerti.

10. Presentare norme e standard di settore

Questo obiettivo, come sottolineato dal Manuale, non è ritenuto rilevante per questo tipo di siti culturali. Non compaiono infatti riferimenti legislativi né vengono menzionate le normative vigenti.

VALUTAZIONE GENERALE

Nonostante stupisca che un ente di questo tipo non disponga della funzione multilingue e offra un'informazione a livello dei contenuti della mostra poco approfondito e soprattutto non strutturato in profondità, è notevole l'impegno speso recentemente per avvicinarsi alle potenzialità offerte dal web per quanto concerne la didattica. Sforzo probabilmente reso possibile dall'ampia e consolidata esperienza in questo settore raggiunta dalla Fondazione, che punta ora verso un nuovo approccio con il pubblico telematico.

Un altro obiettivo non pienamente soddisfatto risulta quello atto a incrementare il turismo culturale mentre sono apprezzabili gli sforzi a sviluppare 'comunità virtuali di utenti' con l'utilizzo del servizio Artv.

DATI GENERALI

EVENTO CULTURALE: “Fiori, cinque secoli di pittura floreale”

LUOGO: Biella, Museo del Territorio

PERIODO: 21 marzo – 27 giugno 2004

URL: www.museodelterritorio.biella.it

TIPOLOGIA DEL SITO: C - pagine web dedicate all'evento all'interno del sito dell'istituzione promotrice che possiede proprie collezioni permanenti

AMBITO TEMATICO: storico-artistico

MULTILINGUE: no, non è possibile consultare le pagine del sito in una lingua diversa da quella italiana.



ANALISI OBIETTIVI

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico

L'evento temporaneo in esame è ben inserito nell'ambito della realtà permanente che lo ha prodotto: le pagine ad esso dedicate si trovano infatti all'interno del sito del Museo del Territorio di Biella. Nella homepage di quest'ultimo è ben in evidenza l'esposizione in corso: cliccando su questa ci ritroviamo a visitare le pagine ad essa specificamente dedicate (*Figura 1*).

Per aiutare l'utente ad orientarsi e a riconoscere il contesto in cui si trova durante la visita, non scompare mai nella parte superiore dello schermo la banda grafica con logo e denominazione dell'ente promotore.

Con semplici link disponibili nella homepage del Museo si può indagare circa le caratteristiche principali del soggetto ideatore. Aprendo il link 'Calendario' si può avere un'idea di ciò che esso propone al pubblico, 'Chi siamo' invece illustra la tipologia

giuridica del soggetto, gli scopi, il consiglio di amministrazione, il direttore e fornisce indicazioni per eventuali contatti (Figura 2).



Figura 1 - Apertura della home page della mostra mediante il link situato nella homepage del museo.

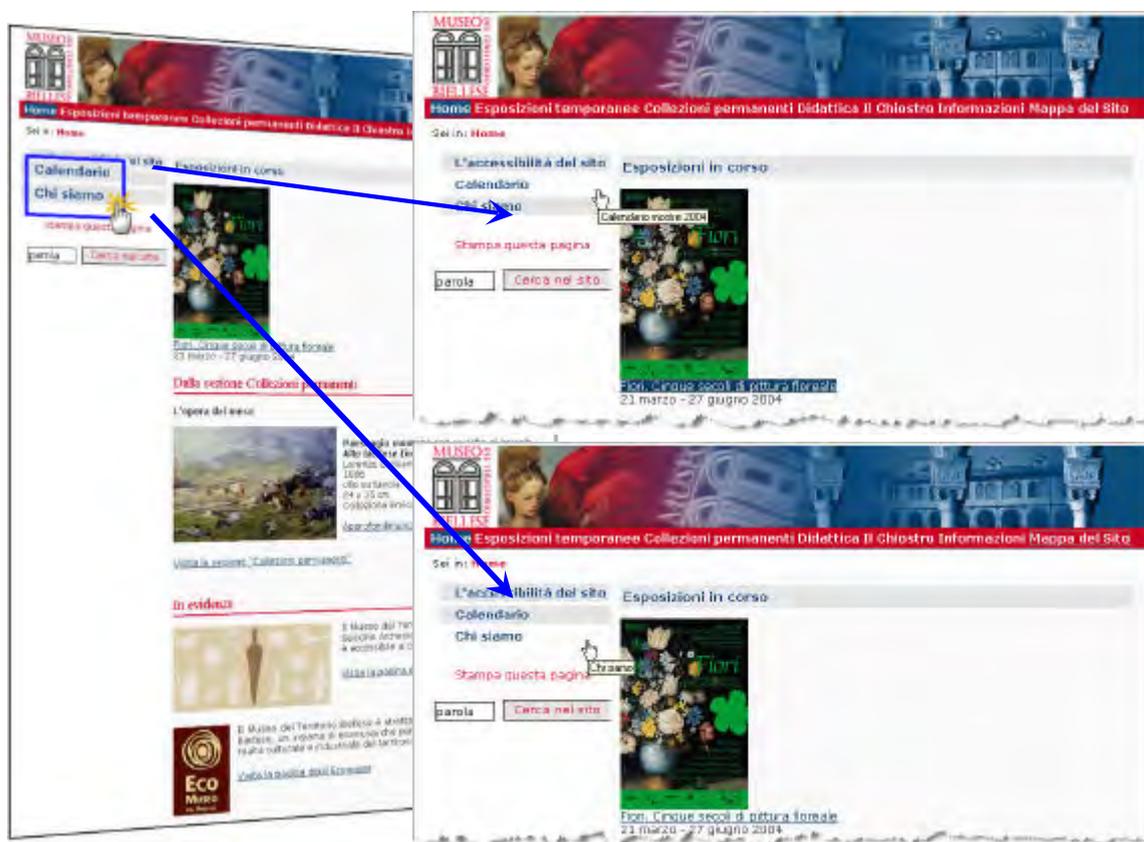


Figura 2 - I link 'Calendario' e 'Chi siamo' illustrano l'attività e le caratteristiche del soggetto promotore.

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico

Nella pagina di presentazione della mostra (*'La Mostra Fiori'*) vengono minuziosamente indicate le collaborazioni per la sua realizzazione: la consulenza di un prestigioso comitato scientifico internazionale, la collaborazione della Soprintendenza del Piemonte, del Polo Museale Fiorentino e Romano oltre alla partecipazione di importanti musei e biblioteche. Insolito il link *'La mostra in cifre'* che riporta, la quantità e le varie tipologie di soggetti che hanno a vario titolo partecipato alla realizzazione dell'evento: città, paesi, musei e singoli privati (*Figura 3*).

Infine, anche al fondo della sezione *'Informazioni Fiori'*, vengono riportati, in modo più conciso, i soggetti principali che hanno premesso la realizzazione dell'evento: Città di Biella-Assessorato alla Cultura, Fondazione Museo del Territorio di Biella, Regione Piemonte.

The image shows two screenshots of the website 'MUSEO BIELLA'. The top screenshot shows the main navigation menu with 'Esposizioni temporanee' selected, leading to 'Fiori - Cinque secoli di pittura floreale'. The bottom screenshot shows the 'La mostra in cifre' page, which lists various statistics and collaborators. Blue arrows point from the 'La mostra Fiori' link in the top screenshot to the 'La mostra in cifre' link in the bottom screenshot, and from the 'La mostra in cifre' link in the bottom screenshot to the 'La mostra in cifre' link in the top screenshot, illustrating the relationship between the two pages.

Top Screenshot: Home Esposizioni temporanee

- Home Esposizioni temporanee
- Collezioni permanenti
- Didattica
- Il Chiostro
- Informazioni
- Mappa del Sito

Sei in: Home > Esposizioni temporanee > Esposizioni temporanee > Fiori

Esposizioni temporanee

- Fiori
- La mostra "Fiori"
- "Fiori" a Biella
- Laboratori d'arte - Didattica
- Manifestazioni collaterali
- Informazioni "Fiori"
- Esposizioni concluse
- Esposizioni future

Stampa questa pagina

parola Cerca nel sito

Fiori - Cinque secoli di pittura floreale

21 marzo - 27 giugno 2004

La mostra "Fiori"

Bottom Screenshot: Home Esposizioni temporanee

- Home Esposizioni temporanee
- Collezioni permanenti
- Didattica
- Il Chiostro
- Informazioni
- Mappa del Sito

Sei in: Home > Esposizioni temporanee > Esposizioni temporanee > Fiori > La mostra "Fiori"

Esposizioni temporanee

- Fiori
- La mostra "Fiori"
- Le sezioni
- La mostra in cifre
- Provenienza opere
- Selezione di immagini
- "Fiori" a Biella
- Laboratori d'arte - Didattica
- Manifestazioni collaterali
- Informazioni "Fiori"
- Esposizioni concluse
- Esposizioni future

Stampa questa pagina

parola Cerca nel sito

Fiori - Cinque secoli di pittura floreale

La mostra

La mostra "Fiori"

Le sezioni

La mostra in cifre

Provenienza opere

Selezione di immagini

"Fiori" a Biella

Laboratori d'arte - Didattica

Manifestazioni collaterali

Informazioni "Fiori"

Esposizioni concluse

Esposizioni future

La mostra in cifre

Stampa questa pagina

Le sezioni

Le opere

Provenienza delle opere in mostra

Selezione di immagini delle opere in mostra

Le persone

- 1 curatore scientifico
- 1 coordinatore responsabile
- 1 capo negiziatore mostra
- 1 responsabile attività collaterali
- 1 addetto alla segreteria organizzativa
- 1 coordinatore delle opere
- 3 architetti per l'allestimento
- 3 pittori
- 4 falegnami
- 10 collaboratori
- 2 fabbri
- 3 decoratori
- 2 trasportatori
- 2 tecnici

La mostra

- 2 avanzi
- 187 opere
- 340 giorni di organizzazione
- 1 giornata scolastica
- 25 giugno 1982/2004 (22 anni), in galleria, auditorio, ristorante, teatro
- 3000 lettere ed e-mail scritte
- 1500 ore di teletravaglio
- 21 eventi collaterali

I presettori

- 24 città: Berlino, Berna, Biella, Bologna, Bordeaux, Budapest, Caen, Chambéry, Compagna, Cray, Daxau, Düsseldorf, Firenze, Genova, La Rochelle, Lipsi, Lons, Londra, Madrid, Marsiglia, Monaco, Padova, Parigi, Pisa, Roma, Rotterdam, Torino, Venezia, Zurigo - Italia, Biella, Torino, Milano, Verona, Venezia.
- 23 Paesi (cittadini): Austria, Belgio, Città del Vaticano, Francia, Germania, Gran Bretagna, Irlanda, Italia, Lituania, Olanda, Spagna, Svizzera, Ungheria.
- 43 Musei, Pinacoteche, Enti pubblici
- 25 presettori privati (14 italiani, 11 stranieri)

L'allestimento

- 1500 mq di lavoro

Figura 3 - I link *'La mostra Fiori'* e *'La mostra in cifre'* illustrano all'utente le personalità coinvolte nella realizzazione della mostra.

3. Diffondere contenuti culturali

E' possibile differenziare i contenuti culturali offerti:

A- *Informazione e orientamento di base:* una breve presentazione dei contenuti generali della mostra si ritrova nel link *'La Mostra Fiori'*; informazioni di base, "anagrafiche", invece compaiono nel link *'Informazioni Fiori'* (luogo, periodo di apertura, curatori, orari, costi e bigliettazione, servizi disponibili quali visite guidate...) (Figura 4).

B- *Informazione e documentazione avanzata:* altri contenuti per un ulteriore approfondimento sono offerti nel link *'Le Sezioni'*. Per ognuna si può leggere una breve presentazione e osservare un'immagine esemplificativa riprodotte un dipinto esposto, cliccabile per ottenerne un ingrandimento e informazioni aggiuntive (titolo, autore, data, collocazione). E' inoltre segnalata la provenienza delle opere ed è disponibile una *'Selezione di immagini delle opere in mostra'*.

C- *Ricostruzioni virtuali:* non presenti

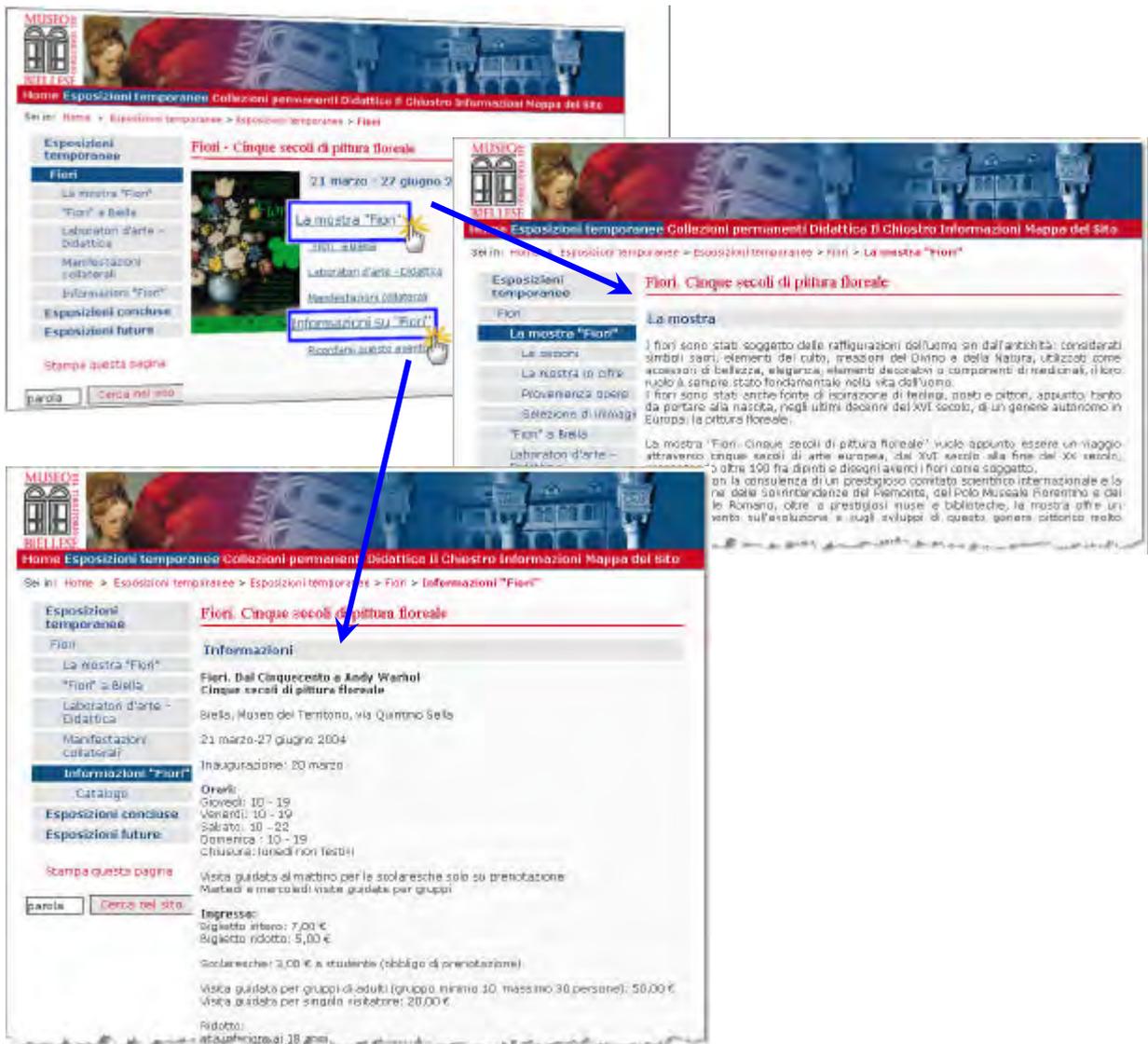


Figura 4- Informazione e orientamento di base

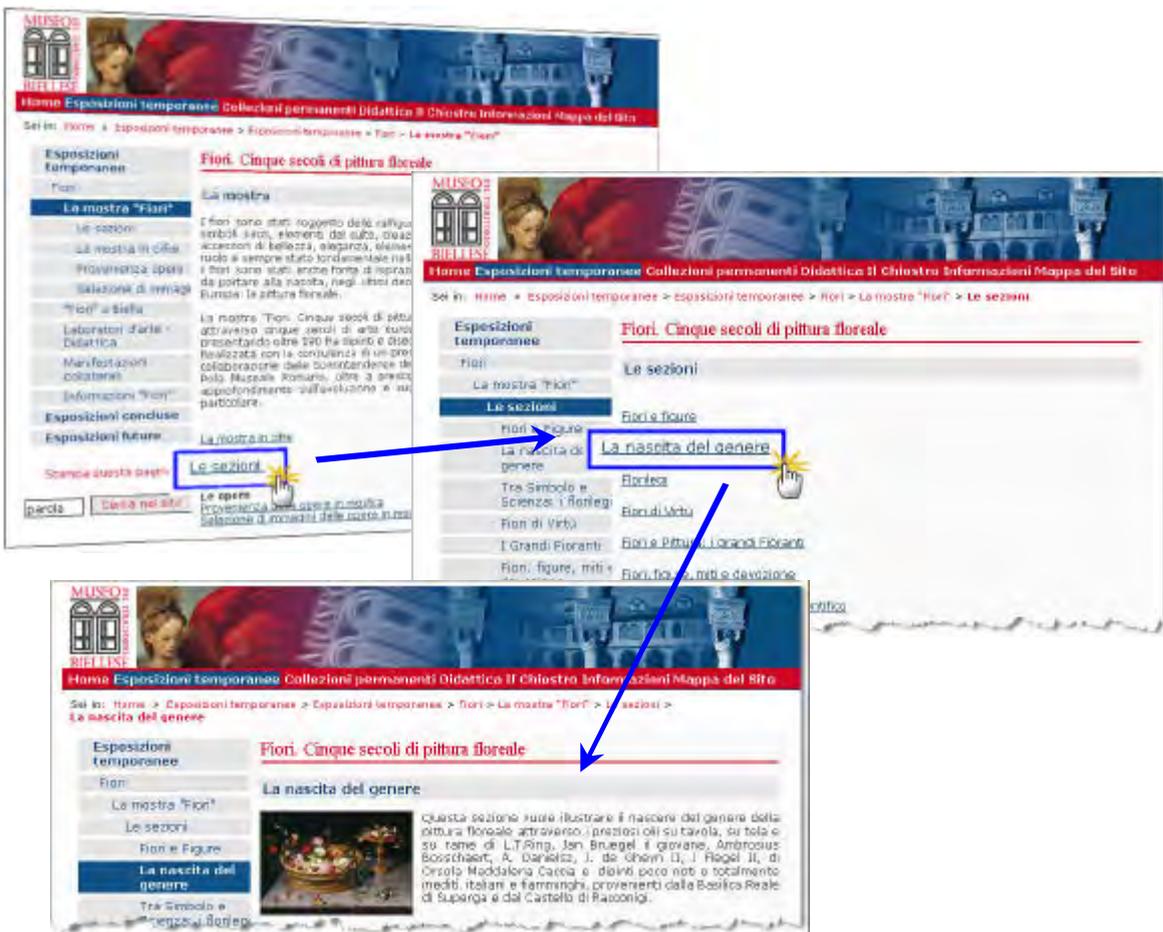


Figura 5- Informazione avanzata nel link 'Le Sezioni'

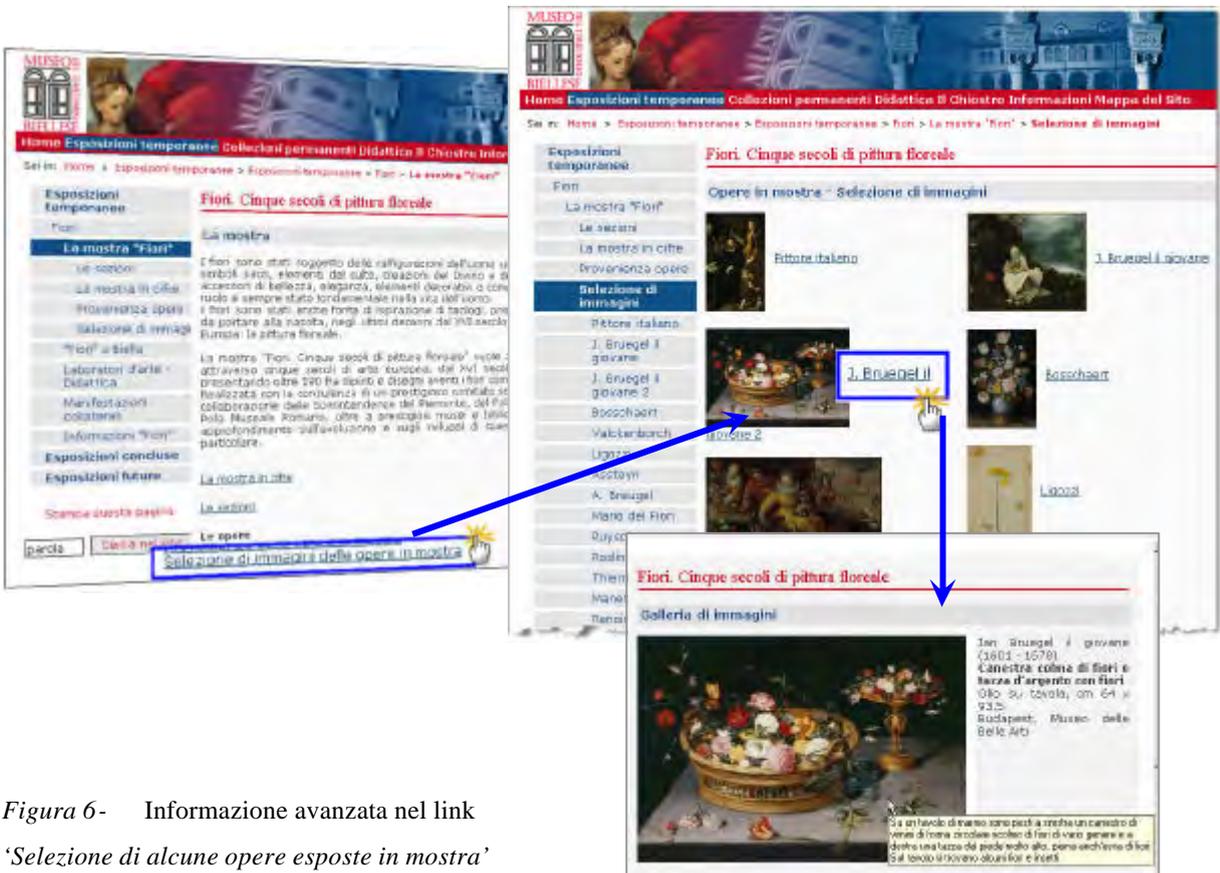


Figura 6- Informazione avanzata nel link 'Selezione di alcune opere esposte in mostra'

4. Offrire servizi didattici

E' presente una sezione didattica sotto il link *'Laboratori d'arte-Didattica'*. Una schermata di presentazione illustra le proposte attivate in concomitanza dell'evento, dirette a differenti tipologie di pubblico: famiglie, scuole, bambini, adulti, anziani. Vengono inoltre descritte le caratteristiche dei laboratori, attenti a differenziare e calibrare metodo e contenuto a seconda dei destinatari. Le attività risultano così distinte:

- per le scuole: laboratori e percorsi di visita sono diversi per scuola dell'infanzia, scuola elementare, scuole medie inferiori e superiori; al titolo dell'attività è affiancata una presentazione e sono definiti costo, durata, orari e giorni di disponibilità.
- per il fine settimana vengono proposte attività per bambini, adulti e famiglie.
- progetto argento e per diversamente abili: sono proposti laboratori per cooperative sociali, ospiti di case di riposo e per diversamente abili.

Viene fornito un numero di telefono per le prenotazioni, non effettuabili on line; informazioni aggiuntive per quanto riguarda i costi delle visite guidate e dei laboratori per scolaresche si ritrovano anche in *'Informazioni'*.

Anche se l'attività didattica è sapientemente mirata e differita a seconda del target, non compaiono proposte di attività interattive o multimediali on line. (Figura 7)

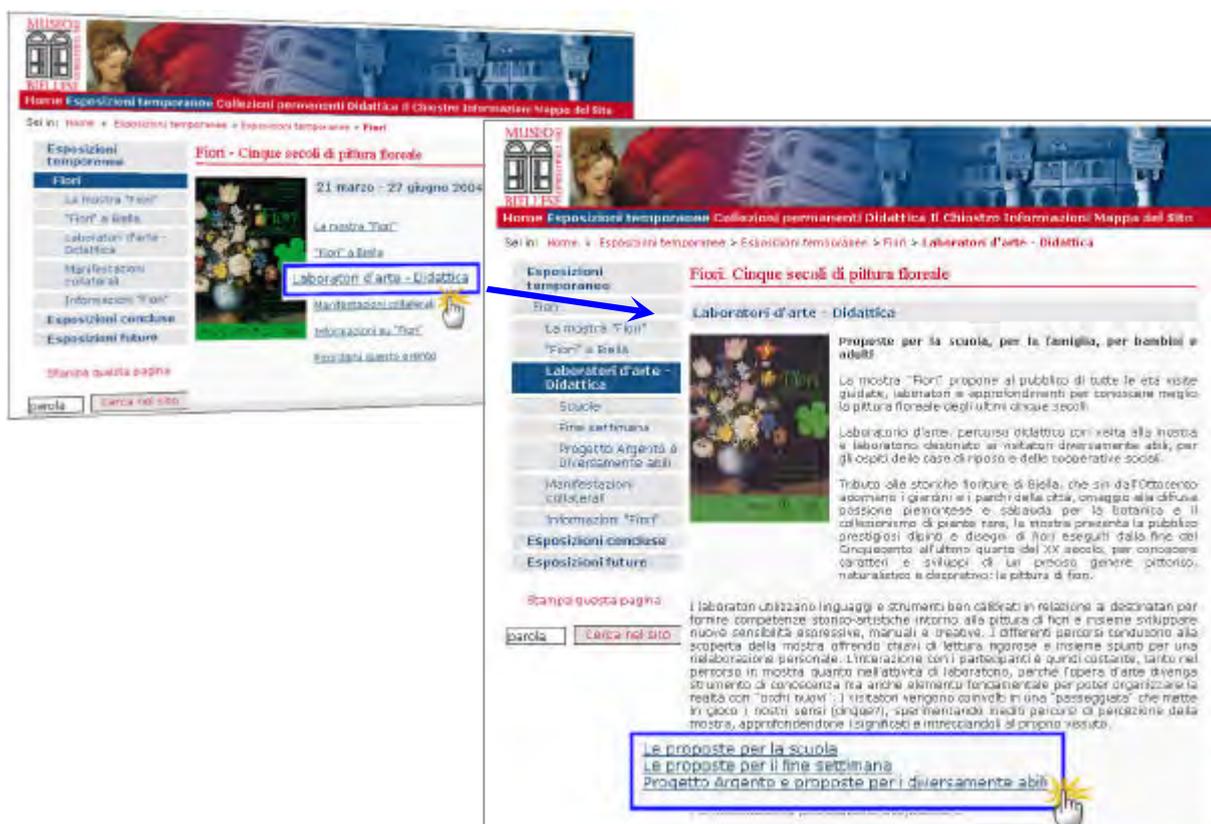


Figura 7- I servizi didattici offerti in mostra, diversi per metodo e destinatari, vengono illustrati in diverse pagine.

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

Non sono presenti servizi particolarmente significativi per i professionisti di settore o per la ricerca: nessun collegamento a banche dati esterne o ad altri siti tematicamente attinenti sono presenti (non compaiono ad esempio i link esterni verso i siti web dei musei che hanno prestato le opere esposte). Si possono ritrovare tuttavia informazioni sulle esposizioni passate e future, simili a quelle disponibili per quella in corso (presentazione delle sezioni e campionario di alcune opere...) e indicazioni sulle manifestazioni collaterali in corso (per quest'ultimo aspetto si veda l'obiettivo 7). (Figura 8)

The figure consists of three screenshots of the Museo di Belluno website, illustrating the navigation paths for exhibition information. Blue arrows indicate the sequence of clicks from the home page to specific exhibition details.

- Top Screenshot:** Shows the home page with a navigation menu. A blue box highlights "Esposizioni concluse" and "Esposizioni future". An arrow points from this box to the "Esposizioni concluse" link in the main content area.
- Middle Screenshot:** Shows the "Esposizioni concluse" page. A blue box highlights the exhibition "Natività e nascita" (6 dicembre 2003 - 1 febbraio 2004) by Mario De Biasi. An arrow points from this box to the exhibition details page.
- Bottom Screenshot:** Shows the "Natività e nascita" exhibition details page. A blue box highlights the "Esposizioni future" link in the navigation menu. An arrow points from this box to the "Esposizioni future" page.

The bottom screenshot also shows the "Esposizioni future" page with a blue box highlighting the exhibition "Mostra della camelia" (27 - 28 marzo 2004).

Figura 8 – Informazioni sulle esposizioni concluse e future

6. Offrire servizi per le prenotazioni e per gli acquisti

Mancano servizi di prenotazione on line: per visite guidate e laboratori all'utente è comunicato un numero di telefono. Assente risulta anche la possibilità di acquisti on line: per il catalogo (per questa mostra ancora in preparazione), ad esempio, si avverte che è in vendita presso il bookshop del Museo.

7. Sostenere il turismo culturale

Particolarmente curato questo aspetto con la presenza di due links particolari: il primo, *'Fiori a Biella'* chiarisce il legame tra la mostra e il territorio che la ospita. Biella è infatti una città ricca di giardini e splendidi parchi di proprietà privata che testimoniano la passione delle nobili famiglie biellesi del passato per la collezione di fiori rari e l'amore per la botanica (vengono citati Palazzo Ferrero, Palazzo Lamarmora...); una città tessile dove sin dall'Ottocento era nota l'importazione di fiori rari per favorire l'ispirazione degli stilisti. Vengono inoltre nominati altri luoghi di rilevanza naturalistica e paesistica sul territorio biellese quali il Parco della Brocina con la Conca dei Rododendri e l'Oasi Zegna (Figura 9). Il secondo link interessante per il turismo culturale è *'Manifestazioni collaterali'* a cui si lega il sottolink *'Altre manifestazioni'*: nel primo sono elencate una serie di iniziative di contorno alla mostra per la promozione del territorio biellese o comunque regionale con tema affine (ad esempio "Messer Tulipano"- Castello di Pralormo; "Tre giorni per il giardino"- Castello di Caravino, Masino etc.). Nel secondo invece ritroviamo segnalate manifestazioni di diversa natura (incontri musicali, enogastronomici...). Ogni manifestazione citata inoltre è affiancata, per ottenere maggiori informazioni, da un indirizzo email, dall'indirizzo di un sito web qualora ci fosse (ad esempio per la Mostra della Camelia) o da un numero di telefono (Figura10).

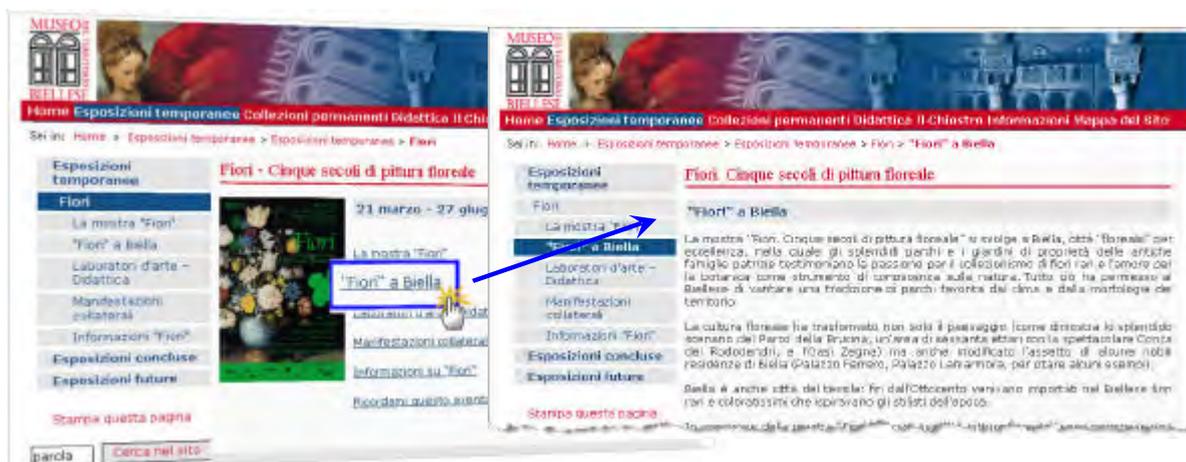


Figura 9 - Il link *'Fiori a Biella'* chiarisce il legame tra la mostra e il territorio che la ospita

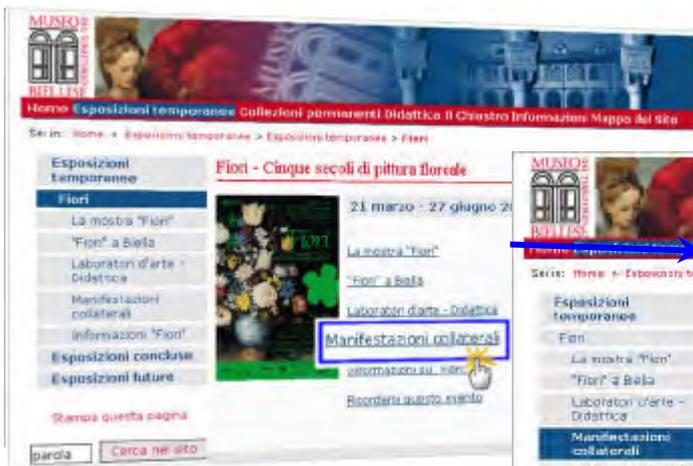


Figura 10- I link 'Manifestazioni collaterali' e 'Altre Manifestazioni' illustrano le iniziative di contorno all'evento o tematicamente affini

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Sono presenti link verso le pagine dedicate alla 'Mostra della Camelia' (sponsorizzata tuttavia dallo stesso museo). Si punta invece alla costruzione di un contatto con la "comunità telematica di utenti" attraverso l'opzione 'Ricordami questo evento' che porta a una fidelizzazione del pubblico, a un attivo suo coinvolgimento: con la compilazione del

modulo e la partecipazione al servizio infatti l'utente può anche inviare osservazioni personali oltre a poter scegliere la data in cui essere avvisato.

In modo abbastanza semplice quindi, il soggetto culturale fornisce un servizio utile all'utente, servizio che oltre alla funzione promozionale, gli permetterà di acquisire suggerimenti e ascoltare la 'voce' del suo pubblico (Figura 11).

The image shows two screenshots of a museum website. The top screenshot displays the event page for 'Fiori - Cinque secoli di pittura floreale' (March 21 - June 27, 2004). A blue box highlights the 'Ricordami questo evento' button. A blue arrow points from this button to the registration form in the bottom screenshot.

Chiedo informazioni - Ricordami un evento

Nome: (Inserire il nome (campo obbligatorio) (*)

Cognome: (Inserire il cognome (campo obbligatorio) (*)

Età: (Inserire l'età anagrafica)

Titolo di studio: (nessuno) (*)

Professione: (Inserire l'attuale professione)

Indirizzo (via): (Inserire la via della vostra residenza)

C.A.P.: (Inserire il codice d'avviamento postale)

Città: (Inserire la città della vostra residenza)

Provincia: (Inserire la provincia (campo obbligatorio) (*)

Telefono: (Inserire il numero telefonico)

e-mail: (Inserire il vostro indirizzo di posta elettronica (campo obbligatorio) (*)

voglio essere avvisato relativamente alla mostra:
 Fiori Dal Cinquecento a Andy Warhol
 Mostra della camera - III edizione

voglio essere avvisato:
 Un giorno prima dell'apertura della mostra

In questa data: (Inserire una data per il richiamo dell'evento)

Osservazioni: (Inserire eventuali note e osservazioni)

Liberatoria trattamento dati - Legge 575/96 tutela della privacy
I dati (vi richiesti ed eventualmente forniti), saranno trattati in forma automatizzata al solo fine di prestare il servizio in oggetto, curato dal soggetto attuatore del servizio. Tali dati non saranno divulgati. E' possibile esercitare i diritti di cui all'articolo 13 (accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento etc., rivolgendosi al Responsabile del trattamento dei dati personali).

Figura 11- Il servizio 'Ricordami questo evento' permette l'avvicinamento del soggetto culturale agli utenti

9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica

Le pagine visitate sono esclusivamente informative e promozionali dell'evento: con cura e chiarezza vengono presentati i contenuti e l'articolazione dell'esposizione affinati da un apparato dettagliato di informazioni collaterali. L'evento inoltre viene accuratamente inserito nel contesto che lo ha prodotto. Assenti sono gli spazi pubblicitari.

10. Presentare norme e standard di settore

Questo obiettivo, come sottolineato dal Manuale, non è ritenuto rilevante per questo tipo di siti culturali. Non compaiono infatti riferimenti legislativi né vengono menzionate le normative vigenti per quanto riguarda le opere d'arte; è menzionata invece la legge sulla tutela della privacy al fondo del modulo per accedere al servizio *'Ricordami di questo evento'* (Figura 11).

VALUTAZIONE GENERALE

Con una grafica piuttosto semplice ma chiara ed ordinata si strutturano le pagine di questo sito, nel complesso piuttosto ricche e complete, soprattutto se si pensa alle dimensioni del soggetto preso in esame.

Un'articolazione agile delle pagine permette all'utente di percepire immediatamente dove dirigersi per ottenere ciò che cerca: informazioni generali o più approfondite, notizie 'di contorno' o fondamentali.

Molto spazio è dedicato alla promozione turistica e culturale del territorio con l'apertura verso altri enti, manifestazioni, iniziative. Strategia questa che si inserisce nelle recenti politiche regionali di promozione del territorio locale con un avvicinamento alla cultura e al patrimonio di un sempre più ampio spettro di utenza.

Grande importanza viene attribuita alla sezione didattica, che offre attività differenziate a diverse tipologie di utenti anche se qui, come in altri casi, non sono percepite o si è deciso di non sfruttare le potenzialità del web per proporre attività on line.

Rilevante è anche l'approccio di apertura verso gli utenti con l'opzione di cui si è parlato a punto 8 *'Ricordami l'evento'*.

DATI GENERALI

EVENTO CULTURALE: “Gustav Klimt. Disegni”

LUOGO: Torino, Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli

PERIODO: 29 gennaio – 25 aprile 2004

URL: www.pinacoteca-agnelli.it

TIPOLOGIA DEL SITO: C - pagine web dedicate all'evento all'interno del sito dell'istituzione promotrice che possiede proprie collezioni permanenti

AMBITO TEMATICO: storico artistico

MULTILINGUE: sì, è possibile scegliere di visitare la versione italiana o quella inglese nella schermata iniziale

(Figura 1).



Figura 1- La schermata iniziale permette all'utente di scegliere quale versione del sito visitare, quella in lingua inglese o quella in lingua italiana

ANALISI OBIETTIVI

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale pubblico

E' chiaro che l'evento temporaneo in questione si inserisce in una definita realtà permanente, quella della Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli che lo ospita nella propria

sede espositiva e nel proprio sito web. Maggiori informazioni sul soggetto culturale ideatore le ritroviamo all'interno dei link della sezione 'Collezione Permanente' sulla home page della Fondazione, in particolare 'Presentazione' (Figura 2).



Figura 2- Sono evidenziati i link che illustrano l'identità del soggetto promotore dell'evento, in particolare il link 'Presentazione'.

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale pubblico

Ulteriori indicazioni sugli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici compaiono nella pagina dedicata alla mostra 'Gustav Klimt. Disegni': denominazione degli enti curatori (Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli, GAM - Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea e Collezione Serge Sabarsky) e dell'ente produttore (GAM - Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea). Al fondo, compare anche un ringraziamento per il Forum Austriaco di Cultura. (Figura 3)

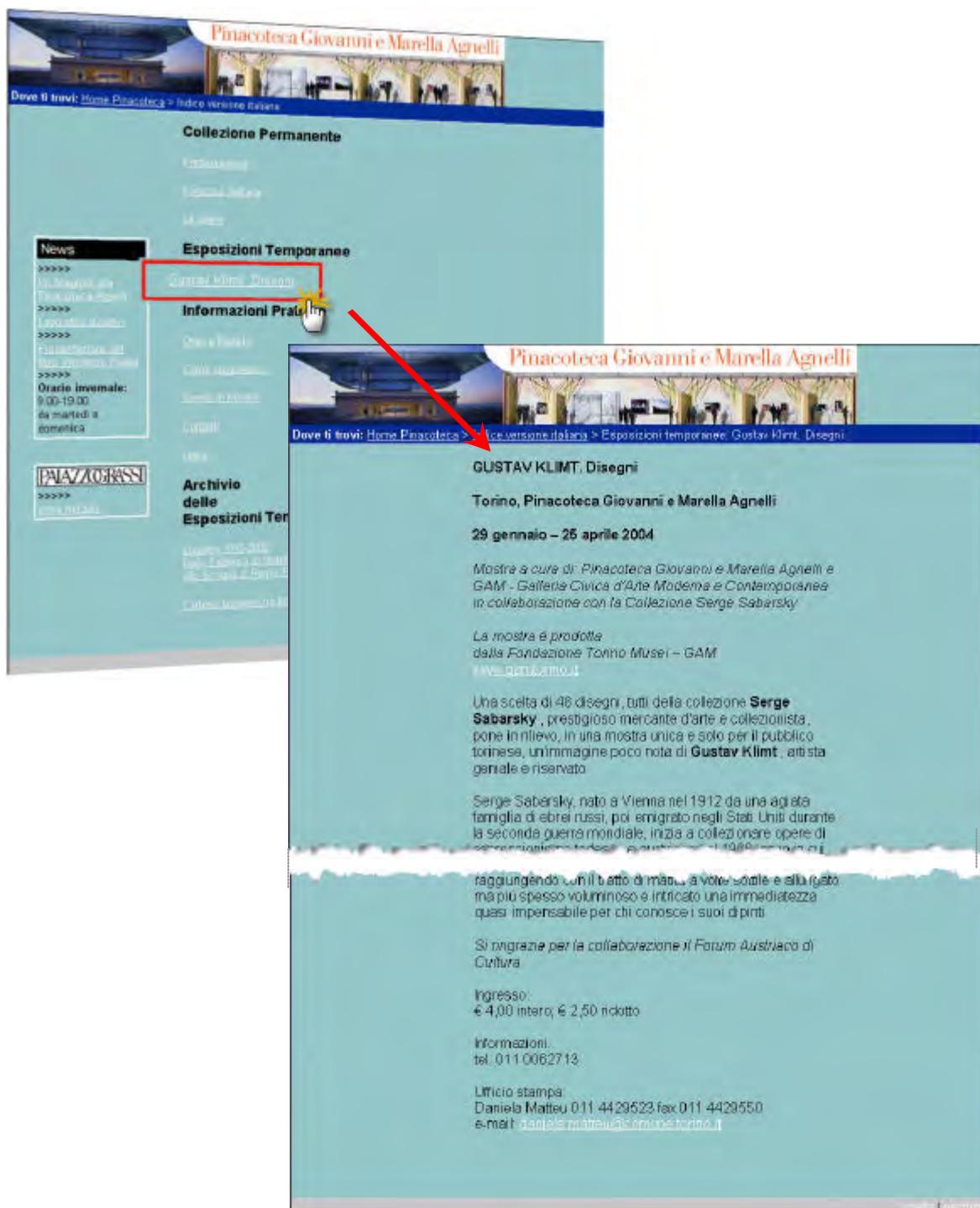


Figura 3- Indicazioni ulteriori per quanto riguarda gli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici

3. Diffondere contenuti culturali

A- *Informazione e orientamento di base:* queste vengono fornite in modo essenziale, al fondo della pagina di presentazione della mostra nel link 'Gustav Klimt. Disegni' : costo del biglietto, numero di telefono, email (Figura 3).

Nella sezione 'Informazioni Pratiche' e nei successivi link 'Orari e Biglietti', 'Come raggiungerci', 'Servizi in mostra', 'Contatti' ritroviamo le coordinate essenziali che pur non essendo riferiti in particolare all'evento temporaneo lo comprendono (Figura 4).

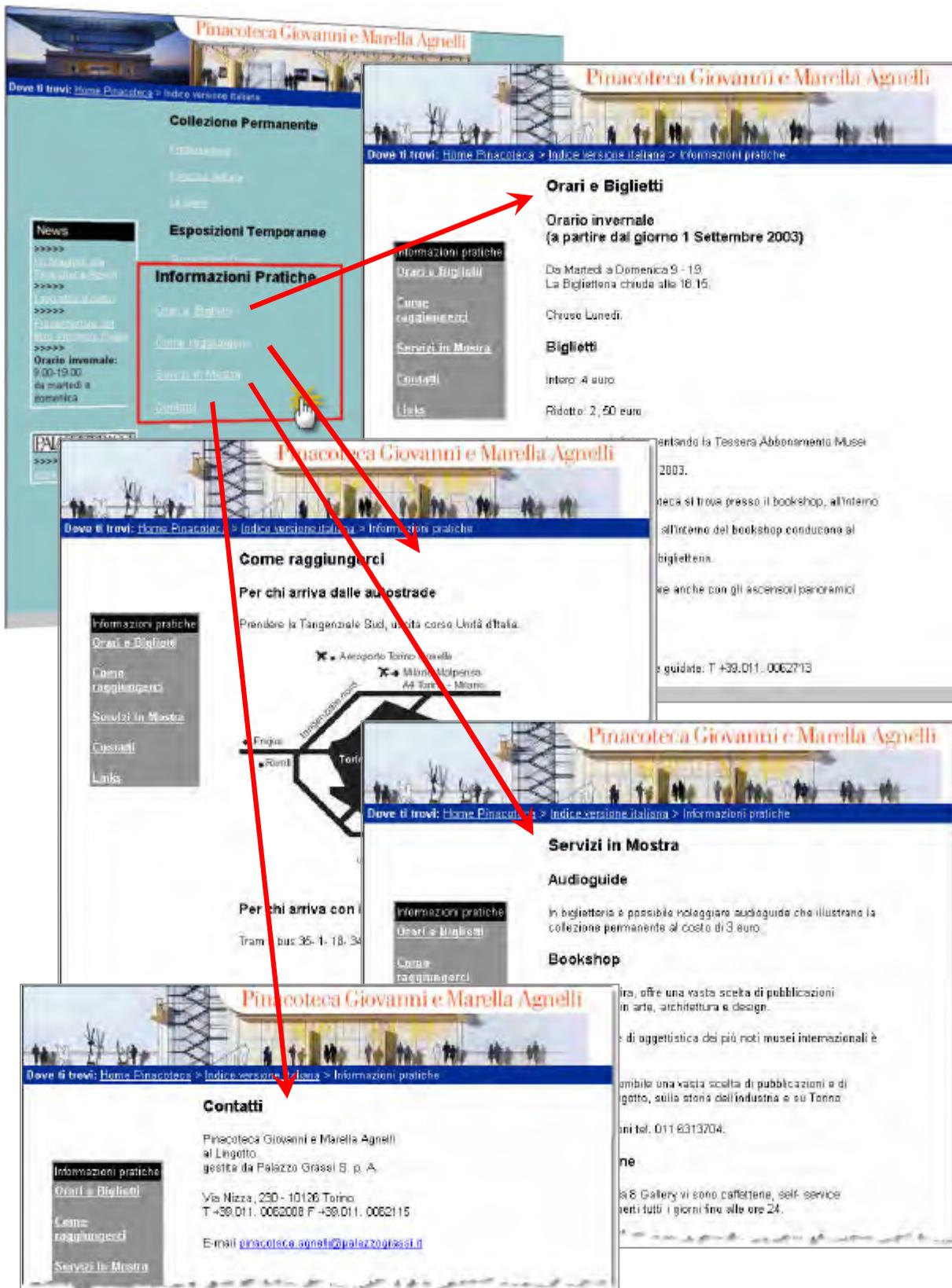


Figura 4 – Informazione e orientamento di base

B- *Informazione e documentazione avanzata*: una descrizione più ampia del contenuto della mostra si ritrova ancora una volta nella pagina di presentazione 'Gustav Klimt. Disegni': qui viene illustrata la provenienza delle opere esposte, la loro importanza e le tematiche affrontate.

C- *Ricostruzioni virtuali*: assenti

4. Offrire servizi didattici

Sono fornite le informazioni essenziali riguardo i servizi didattici tradizionali offerti - visite guidate, audioguide - nella sezione 'Informazioni Pratiche' > Servizi in mostra e > Orari e Biglietti (Figura 4). Tra le 'News' a sinistra invece compare il link 'Laboratori didattici' dove si offre la presentazione di un nuovo servizio didattico, differenziato a seconda del pubblico verso cui si rivolge.

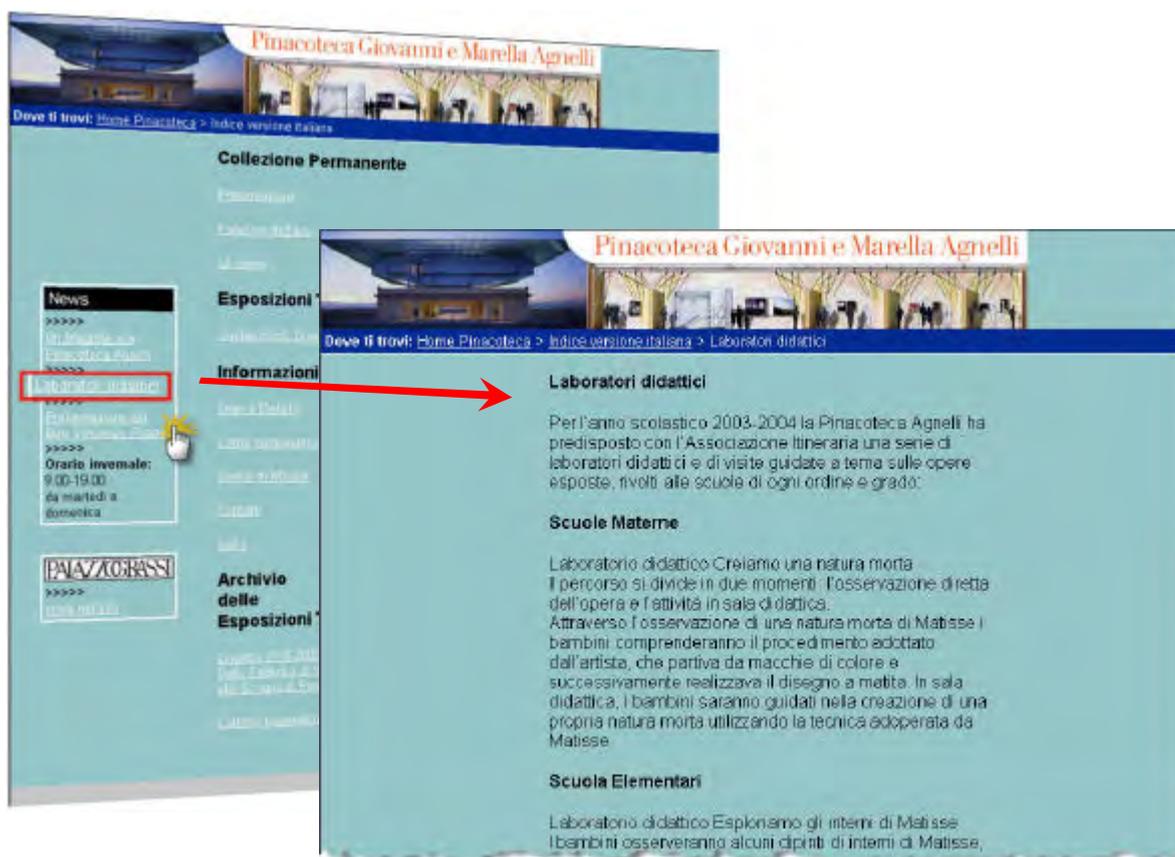


Figura 5 – In queste pagine vengono illustrati i nuovi laboratori didattici attivati

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

Non sono presenti servizi particolarmente significativi per i professionisti di settore o per la ricerca: nessun collegamento a banche dati esterne o ad altri siti tematicamente attinenti sono presenti.

Nella sezione ‘News’ tuttavia si dà rilievo alla presenza temporanea di un Magritte presso la Fondazione e si segnala la presentazione del libro “Vincenzo Foppa”; è inoltre disponibile una sezione ‘Archivio Esposizioni Temporanee’ che raccoglie le informazioni riguardo gli eventi passati (Figura 6). Sono disponibili inoltre i link esterni verso Palazzo Grassi e la Galleria d’Arte Moderna di Torino (Figura 7).

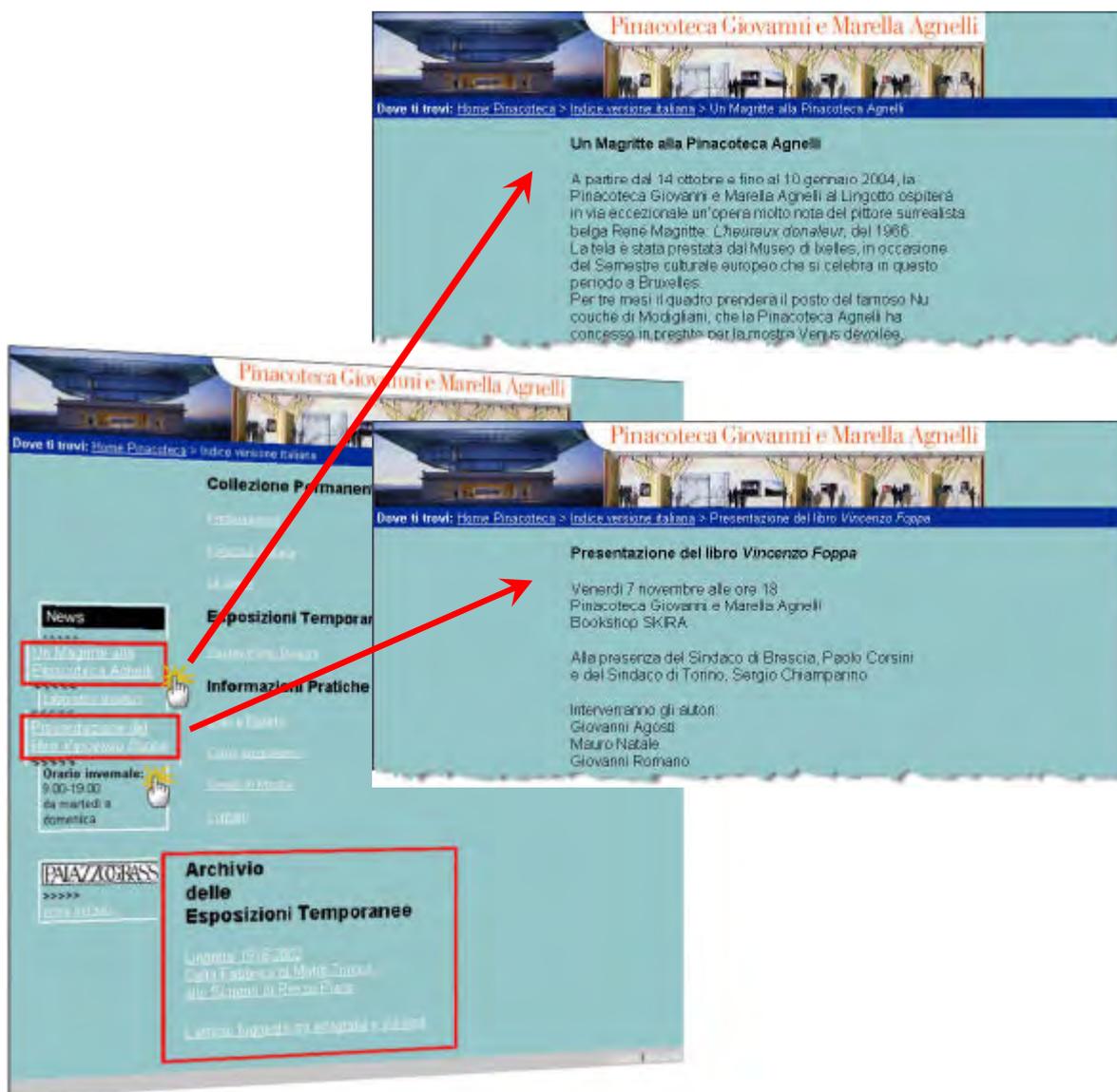


Figura 6 – Informazioni e servizi utili per i professionisti di settore e la ricerca scientifica

6. Offrire servizi per le prenotazioni e per gli acquisti

Le prenotazioni delle visite guidate sono possibili telefonicamente; gli acquisti invece non sono apparentemente disponibili: si dà semplicemente notizia che il bookshop è gestito da Skira. Viene fornito il link al sito di Skira nella presentazione del libro su Vincenzo Foppa.

7. Sostenere il turismo culturale

Si nota facilmente sulla homepage della Fondazione il link al sito di Palazzo Grassi di Venezia, ciò risulta comprensibile se, con una visita più approfondita del sito, si apprende che la Fondazione Agnelli è gestita da Palazzo Grassi S.p.A. In 'Informazioni Pratiche>Links' compaiono altri siti di soggetti che in diverso modo si legano alla Fondazione: Fiat, Palazzo Grassi, Hotel Meridien, 8Gallery, Centro Fiere, Centro Congressi, Cinema Pathè. (Figura 7)

E' da sottolineare anche la presenza del link alla GAM di Torino, produttrice dell'evento, nella pagina di presentazione della mostra (Figura 3).

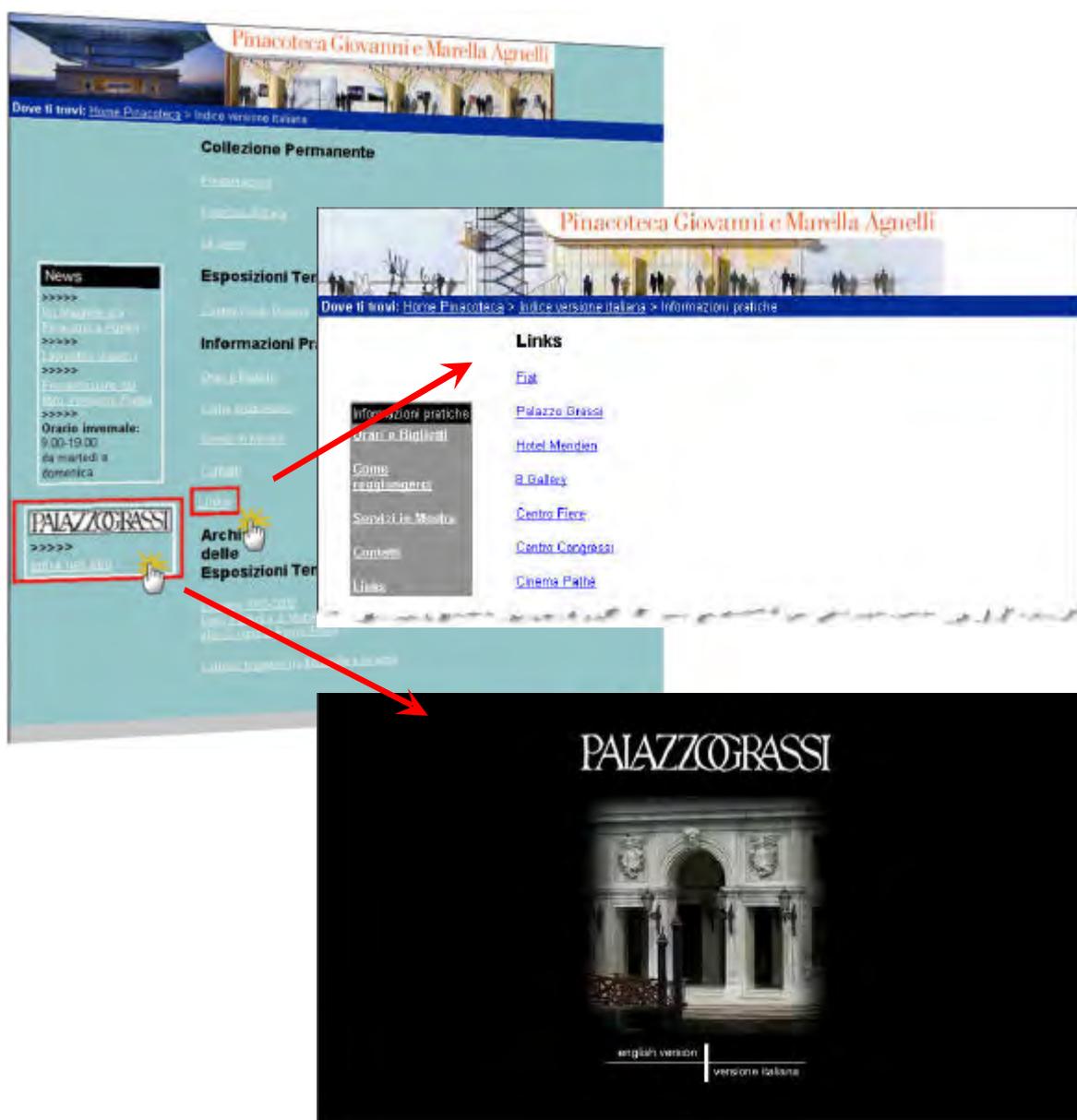


Figura 7- Link esterni tesi alla promozione del turismo culturale

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Ruolo poco efficace è svolto nei network di settore: non sono presenti link a banche dati, thesaurus, archivi, motori di ricerca che promuovano la condivisione dell'informazione. Non sono attivi sistemi di coinvolgimento dell'utente, quali partecipazione a forum, mailing list e altri strumenti che stimolino la fidelizzazione dell'utente virtuale. Assenti quindi le funzioni che dovrebbero valutare il gradimento degli utenti, valutare l'adeguatezza del contenuto e ottimizzare i servizi.

9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web culturale pubblica

Nell'applicazione web i settori pubblicitari, assenti, non interferiscono con quelli informativi. Questi ultimi inoltre risultano ben strutturati e presentano distinzioni a seconda del livello di approfondimento delle informazioni.

10. Presentare norme e standard di settore

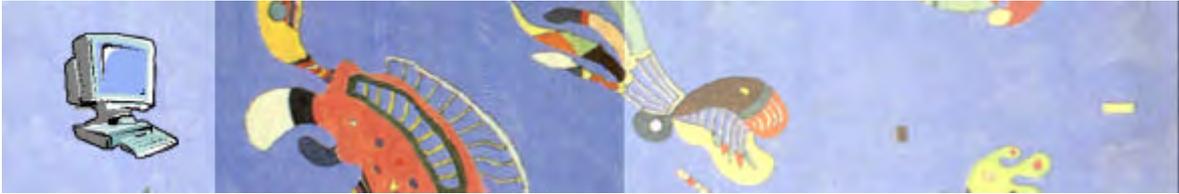
Questo obiettivo, come sottolineato dal Manuale, non è ritenuto rilevante per questo tipo di siti culturali. Non compaiono infatti riferimenti legislativi né vengono menzionate le normative vigenti.

E' da segnalare tuttavia la presenza, molto piccola e poco evidente, in basso a destra del link 'Copyright' a sottolineare diritti e proprietà del materiale in rete.

VALUTAZIONE GENERALE

Piuttosto ridotto lo spazio dedicato propriamente alla mostra all'interno del sito di questa Fondazione dalla storia recente: molte informazioni più generali, infatti, vanno ricercate nelle pagine del soggetto culturale non specificamente dedicate all'evento.

Si riconosce tuttavia il tentativo di allargare il bacino di utenza offrendo la disponibilità della versione in inglese e link verso altri soggetti culturali. Molto poco invece viene offerto per quanto riguarda i servizi didattici e assenti sono gli sforzi tesi allo sviluppo di comunità telematiche.



5.1 I risultati obiettivo per obiettivo

Dopo aver compilato le sei schede di analisi, si cercherà ora di trarre delle valutazioni complessive rivedendo come ogni obiettivo sia stato perseguito, raggiunto – pienamente o in parte – o ignorato dalle applicazioni web analizzate. Si cercherà inoltre di verificare se e in che modo persistano differenze significative tra le tre tipologie di sito individuate.

Una considerazione iniziale tuttavia va riservata a uno dei primi campi inseriti nella scheda circa la disponibilità di consultare il sito in una lingua diversa dall'italiano. Si tratta del 'multilinguismo' di cui si parla all'articolo 6 della Carta di Parma, considerato come fattore prioritario e indispensabile affinché si permetta l'accesso alla conoscenza a un'utenza sempre più allargata.

Esattamente il 50% del campione dei siti presenta una versione anche in lingua inglese e in particolare il sito sul Perugino, su Botticelli e su Klimt. Disponibili solo in italiano rimangono il sito della Fondazione Mazzotta e di Lineadombra, insolito se si pensa che tra le loro sale molto probabilmente 'passeggeranno' visitatori stranieri, considerata l'importanza e l'eco delle loro iniziative. Cristiana Rota, responsabile dell'Ufficio Promozione della Fondazione Mazzotta mi informa che è in progetto il rinnovamento del sito con la predisposizione di pagine tradotte in lingua francese e inglese, servizio che sinora non è stato realizzato essenzialmente per l'eccessivo impiego di risorse, umane e finanziarie, che avrebbe richiesto. Anche il Museo del Territorio di Biella risulta essere ancora 'monolingua' e a fornircene una spiegazione è la stessa curatrice del sito, Sara Diritti: poiché l'obiettivo del Museo è quello di aumentare la sua visibilità sul territorio

nazionale, è sembrato eccessivo strutturare il sito in una lingua straniera, anche se ultimamente si sta pensando di progettare la traduzione di alcune pagine.

1. Rappresentare l'identità del soggetto culturale

2. Rendere trasparente l'attività del soggetto culturale

Questi due obiettivi Minerva, secondo cui l'applicazione web deve fornire le informazioni necessarie per rendere chiaro all'utente in quale ambito si trova e per inserire in un contesto definito l'evento temporaneo, si può dire che vengano più che pienamente raggiunti dai sei siti analizzati.

Tutte e tre le tipologie (A, sito web costruito ad hoc, interamente dedicato all'evento; B, pagine web dedicate all'evento all'interno del sito dell'ente promotore che non ha proprie collezioni permanenti; C, pagine web dedicate all'evento all'interno del sito dell'ente promotore che ha proprie collezioni permanenti), infatti, riescono a definire l'identità del soggetto culturale pubblico promotore, il progetto sotteso all'evento, gli ideatori, le partecipazioni, gli sponsor, oltre che chiarire gli aspetti organizzativi, amministrativi ed economici che hanno permesso la realizzazione dell'evento.

Per quanto riguarda gli eventi inseriti nella tipologia B e C, più approfondite ovviamente risultano le informazioni riguardo le attività, la storia, l'organizzazione delle realtà permanenti che accolgono le mostre. Nella tipologia A, ad esempio, nel caso del Perugino avremo indicazioni più generiche e concise sui contenuti culturali delle sedi coinvolte nel progetto, mentre nel caso di Botticelli per avere maggiori informazioni sull'ente curatore – Firenze Mostre S.p.A – si trova un link esterno.

Il fatto che questi obiettivi siano stati raggiunti da parte di tutte le applicazioni esaminate credo sia anche dovuto alla natura degli obiettivi stessi, in fondo non propriamente specifici del web ma comuni a tutti quegli altri mezzi di diffusione, promozione e informazione tradizionali con i quali i diversi enti hanno ormai acquisito familiarità.

3. Diffondere i contenuti culturali

Come già visto, nel Manuale questo obiettivo è ritenuto centrale per un'applicazione web di una mostra poiché “ l'accesso, la valorizzazione dei contenuti e delle informazioni costituisce un valore civico e democratico...è importante che vengano considerati e sviluppati quegli aspetti per ottimizzare il valore delle informazioni”.

Viene tuttavia ricordato come essi vengano sviluppati in relazione alle risorse disponibili e che possono essere ritenuti accettabili diversi livelli di approfondimento.

Si può dire, a questo proposito che tutto il campione soddisfa il primo livello (A- Informazione e orientamento di base) delineando i 'dati anagrafici' dell'evento: i contenuti in breve, il luogo dell'esposizione (associato spesso alle indicazioni per raggiungerlo), il periodo di apertura, gli orari, i costi, i servizi disponibili...

Solo alcune delle applicazioni web analizzate invece permettono al visitatore di prepararsi culturalmente prima della visita o di cercare informazioni o approfondimenti dopo la visita (B- Informazione e documentazione avanzata). Il sito sul Perugino offre schede sulla vita degli autori, un approfondimento sul contesto storico-artistico e descrizioni approfondite di ciascuna mostra. Quello su Botticelli invece permette di scorrere una descrizione dettagliata dell'esposizione, suddivisa in sezioni e corredata da una carrellata rappresentativa di immagini.

Lineadombra propone invece, dopo una presentazione generale, un dossier di immagini suddivise per sezioni senza approfondimenti testuali sul periodo, sugli autori...Poco specifica risulta anche l'informazione fornita dalla Fondazione Mazzotta per la mostra su Zandomenighi, che si riduce a una lunga (e anche scomoda per l'inconveniente dello scrolling) schermata di testo; allo stesso modo si presenta l'informazione sulla mostra di Klimt, ridotta ad una pagina di presentazione. A qualcosa di più approfondito si giunge invece con la mostra sui Fiori di Biella dove viene offerta una breve ma esauriente presentazione per ogni sezione affiancata da un'immagine cliccabile per ottenere informazioni aggiuntive e un ingrandimento.

Nessun sito infine raggiunge il livello più alto di approfondimento (C- Ricostruzioni virtuali).

Non si possono individuare particolari differenze fra i siti delle tre tipologie, semmai un'interpretazione di 'approfondimento' diversa da parte di ciascun soggetto culturale, frutto probabilmente anche di decisioni e strategie progettuali che sono a monte della realizzazione di questi siti e a noi sconosciute. Limitandoci tuttavia all'osservazione di ciò che di fatto è stato rilevato si può sottolineare che il livello di approfondimento non risulta essere direttamente proporzionale alla grandezza, alla fama e alla rilevanza che il soggetto culturale reale detiene in un certo ambito territoriale e all'interno della società con cui si rapporta. Spicca il caso del Museo del Territorio di Biella che è riuscito a proporre un'organizzazione del contenuto strutturata e profonda nonostante abbia dimensioni reali e un bacino di conoscenza sicuramente più ristretto di altri soggetti compresi in quest'analisi.

Si può quindi affermare che per la maggior parte dei siti sia ancora debole l'idea di poter fornire, all'utente che lo desidera, le indicazioni o i link utili per inserire l'evento in un contesto critico-storico- artistico adeguato.

4. Offrire servizi didattici

Soddisfare questo obiettivo significa incrementare la fruizione del patrimonio ma anche studiare le esigenze dell'utente per offrirgli i migliori sussidi didattici, possibilmente multimediali e interattivi, differenti da quelli di cui può usufruire nella realtà. Questi andranno a far dialogare gli esperti del contenuto con insegnanti, allievi o semplici utenti proponendo percorsi diversificati nel linguaggio e nell'approccio a seconda delle fasce d'età a cui si rivolgono e tenendo conto delle possibili disabilità degli utenti (ad esempio gli ipovedenti).

In tutti i sei siti analizzati compaiono indicazioni circa le attività didattiche tradizionali proposte in mostra, il più delle volte diversificate a seconda del target a cui si rivolgono, e che spaziano da visite guidate, a percorsi tematici, a laboratori pensati per tutte le fasce d'età.

Manca tuttavia alla maggior parte quell'interattività e multimedialità a cui si fa riferimento nel Manuale, che dovrebbe portare i soggetti culturali a offrire direttamente sul sito approfondimento, conoscenza e percorsi che coinvolgano l'utente.

Si distinguono in questo aspetto solo due delle applicazioni web esaminate: il sito sul Perugino, che allestisce una sezione propriamente 'educativa' (Perugino.edu) che appunto si definisce come 'laboratorio aperto' dove vengono forniti approfondimenti e spunti per eventuali ricerche per insegnanti e studenti, come spazio di dialogo quindi tra gli utenti interessati nella materia o semplicemente curiosi; e la Fondazione Mazzotta che presenta la novità del momento cioè proprio il settore didattico. E' stato attivato infatti, all'indirizzo www.mazzotta.artv.it, il servizio di didattica on line per le mostre concluse e in via di svolgimento. Qui sono proposti percorsi pensati per il mondo della scuola e approfondimenti per insegnanti ed allievi, altre pagine sono propedeutiche alla visita e altre ancora propongono veri e propri laboratori interattivi on line.

Risulta quindi ridotta la percentuale di siti del campione che si preoccupano di valorizzare questo aspetto; è ancora una volta la curatrice del sito del Museo di Biella che ce ne fornisce una delle possibili cause: giustifica infatti questa carenza spiegandoci che, poiché il sito è di recente realizzazione, si è data la precedenza ad altre priorità tralasciando così il settore didattico.

5. Offrire servizi per la ricerca scientifica e ai professionisti di settore

L'utente web e ipotetico futuro visitatore reale dell'evento può essere anche un ricercatore, un esperto del settore, uno specialista del campo insomma a cui può essere utile poter indagare su ciò che accade nel territorio circostante o in generale su cosa viene proposto in quel momento di affine a quell'evento specifico. Questo è uno dei motivi per cui il manuale raccomanda di inserire collegamenti a banche dati, sistemi di ricerca o semplicemente di fornire links ad altri siti culturali attinenti.

Si nota nel nostro campione di indagine che la tipologia A (siti web costruiti appositamente per l'evento) si differenzia dalle altre due, B e C (pagine all'interno di siti preesistenti), in quanto ovviamente non fornisce la possibilità, offerta dalle altre, di esplorare pagine dedicate alle mostre passate e future organizzate nella medesima sede dell'evento in svolgimento.

Dal sito sul Perugino, tuttavia, vengono proposte le iniziative collaterali all'evento, come anche dagli altri siti esaminati. Fa eccezione il sito su Botticelli che in questo aspetto risulta piuttosto carente: solo accedendo al sito di Firenze Mostre S.p.A. si avrà la possibilità di percepire quali altri progetti sono stati promossi dalla stessa società.

E' doveroso tuttavia sottolineare che la quasi totalità (l'unica eccezione è il Museo del Territorio di Biella che informa anche su ciò che succede sul territorio biellese) degli eventi, degli incontri, delle conferenze, delle altre mostre segnalati sono a cura degli stessi soggetti culturali. Più che fornire quindi servizi utili a coloro che sono interessati nel settore, come invitano a fare le direttive europee, specificano e illustrano meglio le *loro proprie* attività.

Potrebbe sembrare positivo il fatto che sul sito della Pinacoteca Agnelli di Torino e nelle pagine dedicate alla mostra su Klimt ritroviamo due link verso *altri* soggetti, Palazzo Grassi di Venezia e la GAM di Torino...in realtà la prima ha in gestione la Pinacoteca ed è comprensibile il fatto che compaia, la GAM invece ha ragione d'esserci poiché ha curato l'esposizione in questione.

6. Offrire servizi per le prenotazioni e gli acquisti

Anche questo requisito viene considerato necessario dal Manuale, soprattutto per gli eventi temporanei; è considerato quindi doveroso predisporre servizi specifici di prenotazione o acquisto che prevedano però la possibilità di stabilire transazioni sicure.

Per quanto riguarda i casi analizzati si può affermare che tutti i siti si preoccupano di comunicare all'utente il numero di telefono e in qualche caso l'indirizzo di posta elettronica per poter effettuare una prenotazione per una visita o attività didattiche. Si può

rilevare tuttavia una maggiore attenzione a questo aspetto, più commerciale, da parte dei siti appartenenti alla categoria B e quindi da parte delle due fondazioni che gestiscono esclusivamente eventi temporanei. La Fondazione Mazzotta e Lineadombra infatti predispongono nel proprio sito una vera e propria sezione dedicata alla vendita/acquisto di cataloghi e pubblicazioni (EdizioniMazzotta e LineaombraLibri).

Si può inoltre notare che nel caso di due eventi particolarmente significativi, quello trevigiano promosso da Lineadombra e quello umbro dedicato al Perugino, la prenotazione dei biglietti è affidata a società esterne specializzate (Ibiscus e TicketOne).

7. Sostenere il turismo culturale

E' considerato molto importante dal Manuale progettare e fornire *'servizi ad alto valore aggiunto'* che incrementino il cosiddetto turismo culturale, che trasformatosi negli ultimi anni fenomeno di massa, produce benefici nel tessuto economico e sociale che gravita intorno alle risorse culturali. E' auspicabile quindi che i soggetti culturali promotori di esposizioni temporanee cooperino sinergicamente con gli altri enti territoriali, pubblici o privati, e con i soggetti del settore economico turistico.

Solo due dei siti analizzati sembrano aver aperto i propri orizzonti al territorio con cui si confrontano:

- il sito sul Perugino suggerisce itinerari sul territorio fornendo informazioni sui principali monumenti o musei da visitare ma soprattutto pubblicizza particolari pacchetti turistici connessi all'esposizione offrendo la possibilità di prenotare non solo biglietti ma anche strutture ricettivo-alberghiere;
- il sito del Museo del Territorio di Biella offre indicazioni circa le altre manifestazioni - collaterali e non – che potrebbero essere preziose per un ipotetico visitatore del Museo interessato a scoprire il Biellese.

Rispondono positivamente all'obiettivo quindi da una lato un'iniziativa piuttosto importante ma soprattutto svincolata da un'unica sede e diffusa sul territorio (Perugino), e che di certo non perde l'occasione di spingere il visitatore a *'muoversi'* nella regione; dall'altro lato una mostra invece promossa da un Museo di rilevanza minore (Fiori Biella) ma che ha compreso l'importanza di collaborare con ciò che esiste sul territorio circostante non solo per promuovere il patrimonio locale diffuso ma anche per aumentare la propria visibilità.

8. Svolgere un ruolo efficace nei network di settore e promuovere comunità telematiche di settore

Si tratta di un punto fondamentale e che caratterizza tutte le attività promosse all'interno del Progetto Minerva: soddisfare questo obiettivo significa in primo luogo studiare modalità che favoriscano la collaborazione tra i soggetti culturali, la coesione fra progetti on line consimili, la messa in comune di strumenti telematici di riferimento (banche dati, linkopédie...) con la creazione di reti e di portali di settore. Significa in secondo luogo raggiungere specifici bacini di utenza, avvicinarsi e dialogare con l'utente con strumenti che spaziano dalle newsletters, ai forum, alle FAQ e così via.

Tutto ciò risulta poco sviluppato nelle applicazioni web esaminate che sono poco aperte a ciò che di simile 'altri' producono, rimanendo il più delle volte all'interno delle proprie attività.

Apprezzabili invece sono gli sforzi compiuti verso la realizzazione del secondo punto, la fidelizzazione dell'utente, da parte della Fondazione Mazzotta che con il servizio *Artv* punta a interagire in rete con i visitatori virtuali con vere e proprie chat, forum, FAQ e predisponendo una specifica redazione che risponda agli interrogativi degli utenti. Rilevante è anche il passo compiuto dal Museo del Territorio di Biella con la funzione '*Ricordami l'evento*' che lo porta inevitabilmente ad avvicinarsi ai propri utenti e ad instaurare con essi un dialogo on line.

Non sono state rilevate quindi differenze significative di risposta a tali obiettivi dalle tre tipologie di sito.

9. Rendere trasparente la missione dell'applicazione web

La 'missione', la finalità dei siti web analizzati è chiara e coerente con la loro natura: va infatti sottolineato che la navigazione qui non è disturbata da settori pubblicitari o legati al business come invece si può dire sia la norma per molti siti di altro settore o specificatamente più commerciali.

La 'mission' qui è la diffusione di conoscenza, di informazione; il sito cerca di contestualizzare l'evento e di permetterne approfondimenti. In alcuni vengono citati gli sponsor, come d'altronde è d'obbligo per le esposizioni di grande impegno economico, ma questo non va assolutamente ad interferire con una libera e tranquilla esplorazione del sito.

10. Presentare norme e standard di settore

Questo obiettivo, che dovrebbe portare un'applicazione web di un soggetto culturale a corredarsi di un quadro normativo completo e aggiornato in materia culturale,

non è considerato rilevante dal Manuale per quanto riguarda questa specifica tipologia – eventi temporanei - . Effettivamente non compaiono nel campione elenchi di norme internazionali, nazionali, regionali come anche banche dati o funzioni di ricerca.

Esclusivamente nel sito della Pinacoteca Agnelli compare il link ‘Copyright’ che sottolinea la proprietà delle immagini in rete mentre nel modulo da compilare per attivare il servizio ‘Ricordami l’evento’ promosso da Museo del Territorio di Biella viene menzionata la tutela della privacy, che comunque non è normativa strettamente legata al settore dei beni culturali.

5.2 Considerazioni finali

5.2.1 Un primo bilancio

Nell'introduzione al Manuale (nuova versione febbraio 2004) Fedora Filippi, coordinatore del gruppo di lavoro italiano "Identificazione dei bisogni degli utenti e dei criteri di qualità per un accesso comune", sottolinea come l'intento dello scritto sia quello di offrire un *modello aperto*, una serie di indicazioni all'interno delle quali ciascun soggetto possa concepire progetti originali seppur legati dalla comune tensione verso un'offerta di qualità.

Il Manuale quindi non vuole imporsi come "norma" autoritativa ed esclusiva ma quanto come un luogo comune di dibattito, di scambio, di costruzione di un linguaggio comune tra due mondi tradizionalmente lontani.

Le conclusioni che posso trarre dopo questa analisi, per quanto breve e limitata, vengono dalla verifica di adesione da parte delle applicazioni web a supporto di eventi espositivi temporanei agli obiettivi enunciati dal Manuale. Come si potrà notare sono state sottolineate le note positive come anche inevitabilmente le note negative riguardanti molte carenze in taluni aspetti.

Queste ultime tuttavia non devono venire intese come critiche a chi con pazienza, impegno ed esperienza ha sviluppato, curato e ideato i siti indagati: sono state infatti analizzate applicazioni web non di recentissima creazione o comunque di pubblicazione precedente all'emanazione dei principi a cui, nell'analisi, mi sono attenuta. Ritengo infatti che il mancato raggiungimento di molti obiettivi, sia dovuto al fatto che è trascorso ancora troppo poco tempo dalla pubblicazione dei Principi e del Manuale (disponibili sul sito www.minervaeurope.org dal giugno 2003); momento questo in cui, insomma, non è ancora stata operata una capillare diffusione del progetto europeo verso coloro che si trovano coinvolti nella creazione di questo 'materiale web' per il settore culturale.

Affermo ciò anche in relazione alle informazioni che ho ricevuto interpellando i curatori di alcuni siti compresi nel campione di indagine: la curatrice del sito del Museo del territorio di Biella, Sara Diritti, mi informa che i responsabili tecnici-informatici del sito e altre persone che hanno seguito la fase iniziale di progettazione non erano a conoscenza delle recenti direttive europee e che ora provvederanno ad interessarsene.

Anche lo sviluppatore del sito realizzato in occasione della mostra "Botticelli e Filippino" a Palazzo Strozzi-Firenze, Matteo Lotti Margotti, afferma che per il momento

non si è tenuto conto di alcun tipo di linea guida per i contenuti dei siti fino ad ora pubblicati; si dichiara tuttavia molto interessato ad aggiornarsi.

Affichè il binomio efficienza-efficacia - cioè contenuti ricchi, aggiornati e di alta qualità uniti a un loro reperimento semplice, veloce e con il minimo dispendio di energia – quindi, venga potenziato, sono indispensabili due condizioni.

Da un lato i soggetti culturali dovranno essere consapevoli dei meccanismi e delle proprietà del web, dall'altro gli sviluppatori esperti dovranno essere capaci di avvicinarsi alle problematiche peculiari del settore culturale.

Solo una buona collaborazione tra le persone che a vario titolo partecipano alla realizzazione di un sito (i committenti, gli esperti del contenuto, i grafici, i softwareisti, gli sviluppatori informatici...) porteranno ad un prodotto coerente o di qualità, tesi questa ben illustrata da Luca Toselli.¹⁹ Collaborazione che il più delle volte tuttavia risulta difficile a causa dei linguaggi differenti usati da ogni professionalità, lontani tra loro e che spesso si dimostrano incompatibili.

Lotti Margotti, per esempio spiega come nel caso del sito sulla mostra di Firenze, una parte del lavoro sia stata svolta dal grafico, un'altra da chi ha preparato i contenuti e solo successivamente è intervenuto l'"informatico" con il compito di assemblare il tutto; mi sembra di intuire dalle sue parole che la collaborazione e il dialogo, utile e auspicabile, si sia ridotto a un semplice passaggio di materiali.

Si auspica quindi che il Manuale Minerva contribuisca a favorire una permeabilità tra i due mondi, che acuisca la consapevolezza dei soggetti culturali dell'importanza di offrire contenuti profondi e di qualità in modo chiaro e intuitivo e che li porti a controllare, rivedere e saggiare l'offerta da loro proposta sul proprio sito web.

Ci si augura insomma che le applicazioni web si affianchino alle tradizionali attività dei soggetti culturali per rafforzarle e che, allo stesso tempo, garantendo l'osservanza di norme sulle applicazioni tecnologiche, ne innalzino la qualità.

5.2.2 Ipotesi sulle origini delle 'mancanze'...

Credo che occorra anche riflettere sulla specifica 'categoria' dei siti analizzati, che supportano un soggetto culturale *temporaneo*. Il fatto di vedere il loro svolgimento su un periodo di tempo *determinato* ritengo che possa essere una peculiarità che facilmente può portare a concepire un sito in maniera errata.

¹⁹ Luca Toselli, 2001

All'origine delle mancanze rilevate nell'analisi può esserci infatti proprio una concezione errata di 'sito web', forse a partire dai committenti stessi, che vedono nello strumento on line un ennesimo mezzo promozionale e pubblicitario che si affianca a manifesti, locandine, striscioni, depliant...e che, come gli altri avrà carattere temporaneo e non duraturo. Una concezione che genera un ovvio interrogativo: perché impegnare risorse intellettuali ed economiche per qualcosa di assolutamente 'passeggero'? perché predisporre un contenuto ricco per qualcosa dal futuro indefinito?²⁰

Se si pensa così a questo multiforme, nuovo e potenzialmente ricco strumento è inevitabile che si giunga a un sito 'povero', che si pone come obiettivo principale quello di stimolare l'utente telematico a una visita reale, esattamente come un passante fermo ad un semaforo può essere invogliato ad effettuare una visita alla mostra dalla lettura veloce di una gigantografia promozionale. Esiste però una sostanziale differenza: il pedone, o un'altra qualsiasi persona che scorga informazioni sulla mostra sui giornali o per le vie della città lo fa involontariamente. L'utente telematico, invece, il più delle volte non si trova a visitare le pagine del sito della mostra per caso ma lo fa volontariamente e forse proprio per *approfondire* le informazioni, dopo aver ricevuto l'imput dagli altri mezzi a cui sopra accennavo. Egli rimarrebbe sicuramente deluso se ritrovasse on line, dopo aver sprecato tempo e forse anche denaro (per il collegamento!), le stesse indicazioni di cui aveva già avuto notizia altrove e se il sito insomma si riducesse alla copia di un semplice depliant.

A questo proposito vorrei portare due esempi. Per ben due mostre temporanee organizzate nella città di Roma per la primavera-estate 2004 ("*Paul Klee. Uomo, Pittore, Disegnatore*" e "*Il Tesoro degli Aztechi*"), e di cui è stata attuata una massiccia campagna pubblicitaria, sul web è disponibile esclusivamente una pagina informativa, clone di un depliant per quanto riguarda il contenuto e situata all'interno di un portale di informazione turistica (www.romeguide.it/MOSTRE). Come si può vedere nelle immagini che seguono (*Figure B e C*), che riportano la schermata completa, l'utente riceve una breve presentazione sulla mostra (peraltro assente nella versione inglese), indicazioni su periodo e orari d'apertura, luogo e mezzi per raggiungerlo, prezzi e visite guidate. Una pagina

²⁰ va ricordato che a questo proposito il Manuale (versione italiana febbraio 2004), al paragrafo 1.3.8, pag.26, evidenzia che i soggetti culturali devono essere in prima linea nella diffusione di buone pratiche e degli standard per la *conservazione a lungo termine dei materiali pubblicati su Internet*, patrimonio informativo del nostro presente da tramandare per il futuro.

Viene ricordato infatti che esiste il rischio che l'ingente massa di informazioni che circola in rete possa andare perduta se non si attuano strategie di conservazione a lungo termine.

L'attuale vita media di una pagina Web è oggi stimata attorno ai quaranta giorni; progetti internazionali di ricerca e altre sperimentazioni si stanno muovendo per conservare, con le debite selezioni, il patrimonio informativo digitale fino ad oggi prodotto.

5.2.3 Un traguardo da raggiungere: il turismo culturale

Comune a tutto il mio campione di indagine e in forte contrasto con le direttive comunitarie è un approccio poco cooperativo che porta gli enti e le istituzioni a chiudersi in se stessi, proponendo esclusivamente ciò che essi offrono senza promuovere le iniziative altrui, facendo rimanere – forse per paura di perderlo – l’utente concentrato sulla loro attività: un atteggiamento certo che non favorisce lo sviluppo di un adeguato turismo culturale, la concertazione delle attività che hanno luogo su un certo territorio e conseguentemente la valorizzazione del patrimonio diffuso.

Il Progetto Minerva (paragrafo 1.3.1 del Manuale) parla di reti e portali telematici, in particolare europei, che raccolgano le applicazioni web di qualità, con lo scopo di renderle più facilmente riconoscibili e di contribuire alla costruzione dell’affermazione di un valore aggiunto europeo; la costruzione di qualcosa di comune che sviluppi e unisca il territorio locale per diffonderne la sua conoscenza su un panorama più vasto.

Viene sollecitato quindi qualcosa di ben diverso dall’atteggiamento - chiuso e concentrato sulle proprie attività - che oggi sembra essere diffuso e si potrà raggiungere solo con l’abbattimento delle barriere che separano le diverse associazioni e istituzioni culturali.

5.2.4 Qualcosa da costruire: reti e comunità telematiche

Un altro punto fondamentale che forse ancora non è stato recepito o che semplicemente è stato considerato secondario, è lo sviluppo di comunità telematiche: lo strumento web offre la possibilità avvicinare l’utente al soggetto culturale, per capirne le sue esigenze, preferenze...e in un certo modo ‘sfruttarlo’ interrogandolo, per verificare il suo grado di soddisfazione, le sue aspettative. Diversi sono i modi per farlo: dai sistemi più complessi, quali Forum²¹, NewsGroup²² a Newsletter²³ da inviare con regolarità per

²¹ *definizione dal Glossario del Manuale:* FORUM: “Spazi virtuali che numerosi siti mettono a disposizione dei propri utenti per confrontarsi su di un determinato argomento. I messaggi indirizzati al forum vengono visualizzati su una pagina web secondo un’organizzazione sequenziale per data o in una struttura ad albero che, ad esempio, raccoglie tutte le risposte a un determinato intervento.”

²² *definizione dal Glossario del Manuale:* NEWSGROUP: “ Gruppo di discussione. Conferenza in Internet dedicata ad argomenti specifici. E’ costituita da messaggi di posta elettronica di pubblico interesse, di cui può esserne richiesto l’invio automatico alla propria casella elettronica oppure la consultazione può avvenire direttamente sul server. Alcuni possono avere un accesso riservato agli utenti autorizzati, altri sono fruibili da tutti.”

²³ *definizione dal Glossario del Manuale:* NEWSLETTER: “Sistema di invio di messaggi al quale un gruppo indeterminato di utenti si iscrive fornendo la propria casella di posta elettronica. Le informazioni viaggiano in modo unidirezionale (differente quindi dalla MailingList), ovvero c’è una sola identità che ha i permessi necessari per inviare mail a tutto il gruppo di iscritti.”

costruire un rapporto costante con il fruitore, ad altri metodi più semplici come quello sperimentato dal Museo del Territorio di Biella ‘Ricordami l’evento’, con quest’ultimo meccanismo l’ente potrà non solo avvisare l’utente e ricevere da lui indicazioni aggiuntive di commento qualora volesse, ma anche costruirsi implicitamente una banca dati di indirizzi, utili per pubblicizzare un’eventuale evento successivo.

5.2.5 Un servizio da sviluppare: la didattica on line

Vorrei infine sottolineare come sia ancora da sviluppare il settore della didattica on line offerta dai soggetti culturali, come essa debba sforzarsi per diventare un supporto valido, innovativo ma soprattutto diverso dalla didattica tradizionale. Oltre ai già analizzati servizi offerti da Artv- Fondazione Mazzotta, vorrei riportare qui l’esempio del Museo Poldi Pezzoli di Milano che nel suo sito (www.museopoldipezzoli.it) mette a disposizione on line una sezione dedicata ai più giovani dove è possibile ritrovare un’attività-gioco ‘*Impara con noi le parole dell’arte*’. L’alfabeto, disposto in forma rettangolare diventa sensibile e passando con il cursore sopra ogni lettera compare nel riquadro centrale la definizione di un termine utilizzato in ambito artistico (ad esempio A- Agemina, B- Bozzetto, C-Commesso, D-Dittico e così via). Un modo molto semplice per avvicinarsi al mondo dell’arte.

Compare inoltre il link ‘*Leggi il commento dell’opera del mese*’ dove l’utente è invitato non solo a leggere i commenti di altri ma anche a partecipare alla creazione di contenuto scrivendo il proprio. (Figura D)



M 

[Servizi](#) [Shop](#) [Sostieni il Museo](#)

Storia

Il Museo

Calendario

Ufficio Stampa

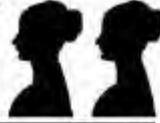
Studi e Restauri

Servizi

► [Impara con noi: le parole dell'arte](#)

A B C D E F G
DITTICO
 H
 I
 L
 M
 N O P Q R S T
 U V Z

Una coppia di tavole dipinte, unite con una cerniera, che si possono aprire come un libro (dal greco diptychos, piegato in due).

M 

[Servizi](#) [Shop](#) [Sostieni il Museo](#)

Storia

Il Museo

Calendario

Ufficio Stampa

Studi e Restauri

Commento del mese

► [Leggi il commento](#)



Realizzato da Giuseppe Bertini e Luigi Scorselli tra il 1853 e il 1855, il **Gabinetto dantesco** era lo studio di Gian Giacomo, il luogo dove il collezionista aveva riunito il suo tesoro di arti decorative.
 Dopo un anno di lavoro questo ambiente è stato restaurato, visitato e riaperto al pubblico.

[Leggi il commento di Alberto Sainio e scopri di più.](#)

... Una sala "per leggere Dante" con avventure, leggi e mestiere a cili di bottiglia. Che cosa giustifica nella poesia di Dante la necessità di una sala apposita, mentre a nessuno, è nemmeno al nobile Gian Giacomo Poldi Pezzoli, è venuta in mente una sala "per leggere Omero" o Milton o Alessandro Manzoni?

Alberto Sainio, Ascolto il tuo cuore città, 1944.

[Home](#) | [Contatti](#) | [Info](#) | [Credits](#) | [Mappe del Sito](#) | [English Version](#)

Figura D – I servizi didattici on line offerti dal Museo Poldi Pezzoli di Milano

5.3 Altre proposte dal web per le mostre

5.3.1 Portali promozionali

Da questo studio emerge in quale modo i diversi soggetti culturali promotori di eventi temporanei si accostano all'applicazione web: essi se ne avvalgono, ad oggi, essenzialmente per promuovere l'evento stesso, per diffondere informazione e in parte allargarne la fruizione offrendo all'utente contenuti più o meno specifici oltre che utili servizi on line.

Ma per le mostre le opportunità offerte dal Web non si esauriscono qui. Non solo esse possono essere affiancate da proprie pagine web ma molto spesso le ritroviamo citate, illustrate e approfondite altrove. Non è da sottovalutare infatti che, nel vasto 'mondo digitale', si parla di mostre ed eventi temporanei in **portali** particolari, costruiti proprio con funzioni **promozionali**. Mi riferisco in particolare ai servizi quali Artdreamguide (www.artdreamguide.com), Museionline (www.museionline.it), Exhibart (www.exhibart.com), KatawebArt (www.kwart.com), che propongono agli utenti dei veri e propri sistemi **di ricerca** (con interrogazioni nelle quali viene inserito il periodo, la città, la regione o il paese, o l'argomento) o che permettono di approfondire acquisendo informazioni più o meno dettagliate.

Il portale di Artdreamguide.com, ad esempio, si definisce come una "guida d'arte moderna e contemporanea nel mondo" e permette di trovare informazioni su artisti, opere d'arte, musei e centri espositivi, mostre, avvenimenti, come anche informazioni turistiche, siti web d'arte...invita a partecipare a sondaggi d'opinione, a iscriversi a Newsletters, ad accedere ad archivi... Tornando a quello che a noi tuttavia più interessa, sulla home page viene inserito un riquadro con gli eventi temporanei in corso più rilevanti; esplorando il link 'Mostre' inoltre è possibile ottenere un elenco aggiornato delle esposizioni.

L'utente tuttavia può informarsi scendendo gradualmente verso indicazioni sempre più dettagliate: valuterà quindi in primo luogo se indirizzarsi verso le Top Shows – Mostre più importanti, o verso le Mostre in Italia, in Europa, nel Mondo o se consultare invece l'archivio delle mostre concluse. (*Figura E*)



Figura E – Homepage del link ‘Mostre’

Successivamente sarà chiamato a compiere un’altra scelta cliccando sulla città o sulla Nazione in cui si svolge l’evento che cerca (Figura F): arriverà quindi all’elenco delle mostre, associato a poche brevi righe di presentazione (Figura G), al fondo delle quali è previsto l’accesso ai ‘dettagli’ (Figura H). Ma l’approfondimento non è finito: è infatti possibile da questi ultimi accedere ad altre pagine solitamente dedicate alla vita e alle opere dell’autore o degli autori protagonisti della mostra in questione.

Si illustra nelle figure che seguono come sia semplice accedere ad informazioni dettagliate sulla mostra di Roma “Paul Klee. Uomo, Artista. Disegnatore” di cui si è già parlato alle pagine precedenti. In particolare è stato seguito il seguente percorso: *Mostre > Mostre in Italia > Mostre a Roma > Dettagli... > PaulKlee.*



Figura F – *Mostre > Mostre in Italia*: è stata effettuata la scelta della nazione per effettuare la ricerca



Figura G – Mostre>Mostre in Italia>Mostre a Roma: è stata scelta la città per effettuare la ricerca



Figura H – Mostre>Mostre in Italia>Mostre a Roma>Paul Klee: si sono raggiunte informazioni dettagliate sulla mostra su Paul Klee ma è possibile approfondire con link ad altre pagine correlate.

5.3.2 Mostre virtuali

La realizzazione di mostre temporanee, indubbiamente prevede un impiego massiccio di risorse umane ed economiche, basti pensare alle complicate trattative che sottostanno al trasferimento delle opere, ai costi per assicurazioni, sistemi d'allarme, oltre che la ricerca di luoghi fisici adatti ad accoglierle e lo sviluppo di un allestimento adeguato. Non bisogna dimenticare anche il personale tecnico-scientifico, quello organizzativo, quello per la divulgazione e il buon funzionamento della mostra (addetti alle visite, alle vendite, alle pubbliche relazioni, alla promozione, alla custodia...).

Per ovviare tutti questi inconvenienti si fanno strada soluzioni innovative: le **mostre virtuali**. Argomento questo molto vasto, che richiederebbe un'approfondita trattazione: si dovrebbe parlare di chi da una parte le sostiene, riflettendo sul fatto che oltre ad essere snelle per quanto concernono gli aspetti burocratici di organizzazione, permettono una diffusione più ampia e capillare, offrono all'utente visite personalizzate e approfondite, si rendono fruibili in uno spazio-tempo illimitato. Dall'altra parte invece vi è chi protegge e difende quegli eventi temporanei del 'mondo fisico' che portano il visitatore ad avvicinarsi fisicamente all'opera d'arte, entrando così nella sua 'aura'. Mi limito qui a illustrare un progetto particolare, italiano è l'ente promotore e che vede ancora una volta il web grande protagonista.

Si tratta del Progetto "Un'idea per la Campania"²⁴ (*Figura 1*), un sistema intermediale nato per diffondere attraverso i nuovi mezzi della comunicazione, la conoscenza dell'arte, della cultura e della storia della regione Campania. Questo prevede lo sviluppo di un *portale*, innovativo e per molti versi unico nel panorama dei servizi culturali offerti dalla pubblica amministrazione, che comprende oltre ai servizi informativi sulla vita e sulle attività culturali della regione anche grandi opere multimediali: il "Museo dei musei della Campania", un sito che raccoglie le opere d'arte più importanti presenti in oltre duecento tra musei, siti archeologici, pinacoteche, chiese e collezioni private della regione; una "Storia sociale della Campania dal Settecento ad oggi", opera che fornisce conoscenza in modo agile e innovativo ai cittadini e agli studenti; un sito web che ripropone la mostra 'Caravaggio, una mostra impossibile', tenutasi a Napoli, in Castel Sant'Elmo nella primavera del 2003.

²⁴ Le informazioni e l'illustrazione del progetto fanno riferimento al sito www.ideaperlacampania.it



Figura 1 - Home page del portale www.ideaperlacampania.it

Il Progetto infatti prevede non solo lo sviluppo del portale descritto ma anche la realizzazione di dieci-quindici *mostre impossibili* dedicate ai grandi maestri della pittura italiana e europea. Si tratta di esposizioni che impiegano tecnologie d'avanguardia e un allestimento 'trasparente': diapositive grandi come le opere originali che riproducono i dipinti, prive di cornici, retroilluminate e sospese a un'intelaiatura hi-tech. Sono riproduzioni di alta qualità e che permettono, cosa impossibile per una mostra 'reale', di presentare l'opera omnia di un'artista e di ricostruire talvolta, per alcuni dipinti l'ambientazione originale. L'aspetto più rilevante è la possibilità di aggirare i diffusi rifiuti dei direttori dei musei a concedere prestiti, anche se temporanei, e i costi sempre più proibitivi delle assicurazioni. Queste portano a dilatare lo spazio espositivo e finalmente dimostrano che si è compreso che una diffusione veramente capillare e di massa delle opere può essere garantita solo con le riproduzioni. Quante persone al mondo infatti, se escludiamo gli esperti di settore, avranno la possibilità di ammirare dal vero tutte le opere ad esempio del Caravaggio?

E' previsto che queste mostre impossibili vengano corredate da un sistema integrato intermediale: documentari, film, audio-video guide, musiche, DVD, cataloghi, libri, spettacoli e tra questi non poteva certo mancare il sito web.

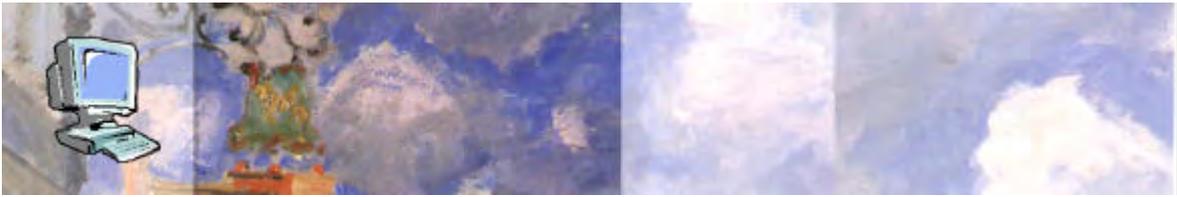
Un sito che, per quanto riguarda la mostra impossibile su Caravaggio (l'unica fino ad ora realizzata), propone oltre a una vastissima raccolta di testi, i dipinti dell'artista riprodotti con una qualità elevata. Il visitatore della rete potrà sperimentare un impatto simile a quello provato dal visitatore reale della mostra: si troverà infatti immerso nella scenografia di Castel Sant'Elmo insieme ad altri spettatori e potrà muoversi azionando il proprio mouse; scoprirà aree sensibili che forniranno indicazioni sui quadri, ulteriormente

illustrati da schede e testi a cui si può accedere da link; potrà ingrandire e studiare dettagliatamente i dipinti oltre che usufruire delle audioguide o seguire particolari percorsi tematici proposti.

E' molto importante notare che al sito web viene qui data molta importanza proprio perché sarà quel mezzo che garantirà vita alla mostra reale anche dopo la sua chiusura. Apprezzabile inoltre che il sito venga inteso come qualcosa di aperto e in continua trasformazione, in grado di essere arricchito da contributi diversi.

Il portale qui illustrato, a cui si legano importanti iniziative quali, come si è visto, attività di coordinamento, promozione e diffusione della cultura di un certo territorio, mostre impossibile e virtuali...è segno di come finalmente anche tra le Pubbliche Amministrazioni si aprano spiragli di sperimentazioni tutte nuove.

Si può quindi concludere prendendo atto di come forse inconsapevolmente, sia stato in parte recepito l'articolo 10 della Carta di Parma "Costruire un futuro insieme: in prima linea verso la società dell'informazione", all'interno del quale si sottolinea l'importanza di sviluppare servizi on line per la cultura che soddisfino le esigenze di studio, del turismo e dei cittadini e che si avviino portali culturali e scientifici.



BIBLIOGRAFIA

Francesco Antinucci, “Beni Artistici e Nuove Tecnologie” in AAVV, *I Formati della Memoria*, Giunti Editore, Firenze, 1997

Paolo Galluzzi, “Nuove tecnologie e funzione culturale dei musei: opportunità e scenari per il terzo millennio” in AAVV, *I Formati della Memoria*, Giunti Editore, Firenze, 1997

Gabriele Corsini, *L'Italia a banda larga: le nuove frontiere delle telecomunicazioni*, IlSole24Ore Economia&Management, Milano, 2002

Dennis P. Curtin, Kim Foley, Kunal Sen, Cathleen Morin, *Informatica di base*, McGrawHill, Milano, 1999

Minerva Working Group 5, *Manuale per la qualità dei siti web culturali pubblici: criteri, linee-guida e raccomandazioni generali*, www.minervaeurope.org, giugno 2003

Fedora Filippi, (a cura di) *Manuale per la qualità dei siti web culturali pubblici*, Ministero per i beni e le attività culturali e Progetto Minerva, edizione italiana febbraio 2003

Franco Brunello (a cura di), *Il Libro dell'Arte di Cennino Cennini*, edizione Neri Pozza, Vicenza, 1982

Laura Kiss, “Al via la digitalizzazione dei beni culturali”, *La Repubblica Affari&Finanza*, 27 ottobre 2003

Giampaolo Nuvolati, “Il business si mette in bella mostra”, *Il Sole-24Ore del Lunedì*, 1° marzo 2004

Philip e Neil Kotler, *Marketing dei musei: obiettivi, traguardi, risorse*, Edizioni di Comunità, Torino, 1999

Luca Toselli, *Il progettista multimediale*, Bollati Boringhieri, Torino, 2001



SITOGRAFIA

www.december.com

www.minerva-europe.org

www.perugino.it *

www.botticellipalazzostrozzi.it *

www.lineadombra.it *

www.mazzotta.it *

www.museodelterritorio.biella.it *

www.pinacoteca-agnelli.it *

www.romeguide.it/MOSTRE

www.museopoldipezzoli.it

www.ideaperla-campania.it

* l'asterisco indica la possibilità di consultare il sito in modalità off-line sul cd allegato

