

Dig *Italia*

Anno IV, Numero 1 - **2009**

Rivista del digitale nei beni culturali

ICCU-ROMA

Galassia Web: la cultura nella rete*

Mario Sebastiani

Biblioteca nazionale centrale Vittorio Emanuele II di Roma

Negli ultimi dieci anni è praticamente raddoppiata la presenza su Internet dei musei italiani. Oggi il 51,9% dei musei italiani è presente sul Web, sia direttamente tramite un proprio dominio (si tratta del 17,25%), sia indirettamente mediante il sito dell'amministrazione di appartenenza. Il dato è desunto da una ricerca rivolta a qualità e servizi offerti dai siti museali italiani messi a confronto con quelli esteri e all'uso e gradimento di questi siti da parte degli utenti di Internet, realizzata dall'Associazione Civita con il contributo di Boeing Italia. Il rapporto sulla ricerca è stato pubblicato in un volume dal titolo *Galassia Web: la Cultura nella Rete*, a cura di Paolo Galluzzi e Pietro Antonio Valentino, edito da Giunti. È stato presentato a Roma il 26 novembre 2008 ed è disponibile in libreria dallo scorso gennaio 2009. Il testo contiene il rapporto sulla ricerca insieme ad interventi di diversi altri autori. Il documento rappresenta l'ottavo rapporto di questo genere realizzato finora da Civita e, tra questi, il terzo dedicato al tema specifico degli impatti economici e sociali dello sviluppo di iniziative Web e ICT (Information and Communication Technologies) connesse ai contenuti culturali.

La mole dei visitatori virtuali dei musei è ormai comparabile a quella dei visitatori reali, se non addirittura superiore. È questo il caso di molte importanti realtà museali. Le cifre del rapporto sono estremamente chiare a questo riguardo. I Musei capitolini, ad esempio, a fronte di una presenza fisica di

circa 300.000 utenti, contano oltre 500.000 visitatori sul Web. Le presenze effettive al Museo tridentino di scienze naturali oscillano, negli ultimi anni, tra 70.000 e 100.000, mentre i visitatori del sito sono 240.000. Per il Museo internazionale della ceramica di Faenza il rapporto parla di 30.000 visitatori reali a fronte dei 225.000 registrati sul Web. Per l'Istituto e museo di storia della scienza di Firenze, infine, gli accessi al suo sito Web risultano essere pari al numero dei visitatori reali (70.000) moltiplicato per dieci.

La conclusione che si può trarre da cifre di questo tenore è evidente: i siti dei musei, come leggiamo nel rapporto, non sono più (se mai lo sono stati) semplici vetrine, bensì rappresentano degli strumenti di conoscenza ed apprendimento che integrano la visita reale al museo. È ovvio che la navigazione sul sito non può sostituire in alcun modo la successiva visita reale. Tuttavia, sempre più spesso, la consultazione del sito costituisce un presupposto irrinunciabile della visita reale. Quasi sempre infatti il sito consente al visitatore di integrare speditamente i dati e le conoscenze di cui dispone autonomamente con altre nuove ulteriori informazioni, provenienti dalle fonti più disparate e pubblicate secondo modalità espositive (testuali, grafiche, multimediali) tali da rendere la successiva visita reale quanto più possibile valida e "fruttuosa", cioè intellettualmente godibile e stimolante.

Considerata l'importanza crescente che Internet riveste per la miglior fruizione possibile dei musei, testimoniata appunto dai

* *Galassia Web: la cultura nella rete*, a cura di Paolo Galluzzi, Pietro Antonio Valentino, Milano: Giunti, 2008.

dati raccolti da Civita nell'ambito della sua indagine, diventa allora ampiamente condivisibile la considerazione che, nella premessa al volume, viene svolta da Sandro Bondi, Ministro per i beni e le attività culturali, secondo il quale occorre:

«continuare il coordinamento dei grandi progetti europei che hanno costruito le regole dell'informazione culturale nella rete, mediante la definizione della cornice tecnologica e semantica, degli standard e delle linee guida a cui far riferimento»¹.

In quest'ottica, sottolinea il Ministro, un punto di riferimento imprescindibile per la nostra realtà nazionale è costituito da Culturalitalia, il Portale della cultura italiana, che rende possibile la fruizione in rete del patrimonio culturale italiano attraverso un unico punto di accesso. A questo riguardo vale la pena di evidenziare il contributo di Rossella Caffo, responsabile del Portale e attualmente Direttore dell'ICCU, *Accesso ai contenuti culturali via Web: qualità e standard*, che in maniera sintetica ma esauriente ripercorre le tappe, insieme alle problematiche e alle loro soluzioni, che, nel giro di alcuni anni, hanno condotto il Ministero per i beni e le attività culturali alla realizzazione di questo portale. Con questo progetto, chiarisce Rossella Caffo,

«il Ministero realizza per la prima volta su larga scala un accesso integrato a basi di dati diverse appartenenti a diversi settori, rendendo interoperabili le numerose banche di dati sviluppate dagli istituti del Ministero nei vari settori. La grande ambizione consiste nel realizzare l'accesso integrato non solo alle banche dati di proprie-

tà del Ministero e dei suoi istituti, ma anche a quelle di quanti, enti pubblici o privati, vogliono aderire a Culturalitalia. Questa operazione è resa possibile grazie all'applicazione di standard internazionali condivisi e ai risultati dei progetti europei MINERVA e MICHAEL»².

Culturalitalia, rete collaborativa di istituzioni pubbliche e private in continua crescita, che recepisce il dibattito europeo e internazionale, è consultabile, lo ricordiamo, all'indirizzo Web: <http://www.culturalitalia.it/pico>. E sul tema dei grandi progetti digitali suonano più che appropriate le parole di Gianfranco Imperatori, già Segretario Generale dell'Associazione Civita, scomparso da poco, secondo cui «occorre incentivare la produzione italiana di piattaforme digitali a forte contenuto culturale, partendo proprio dal nostro ricco e vario patrimonio»; questo forse ci aiuterà a creare «un nuovo settore produttivo degno del marchio Made in Italy»³. Purtroppo, a questo riguardo, l'indagine evidenzia le difficoltà economiche che affliggono i siti Web delle realtà museali. I musei che superano i 2.000 euro di spesa annua per il Web si contano sulle dita di una mano e, mancando le risorse per aggiornare il sito Web, l'unico modo per immettere nuovi materiali diventa il ricorso alla buona volontà del personale interno.

Ma lo sforzo, come è del tutto evidente, alla fine risulta impari.

La pubblicazione raccoglie altri preziosi contributi di Pietro Antonio Valentino, Francesco Antinucci, Stephen Arnold, Giovanni Bergamin, Corrado Calabrò, Vito Cappellini, Tullio De Mauro, Andrea Granelli, Giuseppe Granieri, Guido Guerzoni con

¹ Ivi, p. VI.

² Ivi, p. 62-63.

³ Ivi, p. XVIII.

Alessandro Mininno, Bernard Smith, Daniel Teruggi, Ferdinando Tozzi, Linda Frueh dell'Internet Archive, Marco Marinucci di Google e Luca Martinelli della Commissione europea – Direzione generale società dell'informazione e media.

L'indagine ha riguardato 110 musei italiani e altrettanti musei stranieri; gli utenti intervistati (in collaborazione con UNICAB) sono stati 1.000.

Sito di Civita: <http://www.civita.it>.