



**W E B  
S T R A  
T E G Y  
- M U S  
E A L E**

**MONITORARE E PROGETTARE  
LA COMUNICAZIONE CULTURALE  
NEL WEB**



# WEB STRATEGY MUSEALE

## Monitorare e progettare la comunicazione culturale nel web

A cura di Sarah Dominique Orlandi, Gianfranco Calandra,  
Vincenza Ferrara, Anna Maria Marras, Sara Radice

Introduzione di Tiziana Maffei  
Contributi di Daniele Jalla, Valentino Nizzo, Enrico Bertacchini

ISBN: 9788894491005

Milano, Edizione ICOM Italia 2019

**ICOM** international  
council  
of museums  
Italia



<b>INTRODUZIONE</b>	<b>11</b>
Tiziana Maffei, Presidente ICOM Italia	
<b>LE PREMESSE</b>	<b>13</b>
Sarah Dominique Orlandi	
<b>WSS. Uno schema, diversi obiettivi</b>	<b>14</b>
<b>Il sondaggio nazionale del 2017</b>	<b>15</b>
<b>La disseminazione del progetto WSS</b>	<b>15</b>
<b>PRIMAPARTE</b>	<b>17</b>
<b>ALCUNI TEMI INTRODUTTIVI</b>	
<b>Comunicare e conservare al tempo del web</b>	<b>19</b>
Daniele Jalla	
<b>La web strategy come sistema</b>	<b>26</b>
Sarah Dominique Orlandi	
<b>Garantire effettive esperienze di conoscenza e di pubblico godimento</b>	<b>33</b>
Valentino Nizzo	
<b>Accessibilità e digitale</b>	<b>40</b>
Anna Maria Marras	
<b>Strategie per una progettazione web efficace in ottica SEO</b>	<b>53</b>
Sara Radice	
<b>Riuso e Missione Educativa</b>	<b>58</b>
Vincenza Ferrara	
<b>Oltre la “grammatica”</b>	<b>61</b>
Gianfranco Calandra	
<b>Il valore delle indagini quantitative sui musei e il web</b>	<b>63</b>
Enrico Bertacchini	
<b>SECONDA PARTE</b>	<b>67</b>
<b>LO SCHEMA DELLA WEB STRATEGY - WSS 2019</b>	

E

**LO SCHEMA DELLA WEB STRATEGY 69**

Metodologia di analisi dei dati raccolti 82  
Sara Radice, Enrico Bertacchini

G

**APPROFONDIMENTI SUI 17 PARAMETRI 91**

**LIVELLO 1. ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE 92**

1.1 Menu e contenuti 92  
A cura di Gianfranco Calandra

1.2 Link interni e link esterni 94  
A cura di Sarah Dominique Orlandi

1.3 Scrittura per il web 96  
A cura di Sara Radice

Cosa si può migliorare dell'architettura dell'informazione 98

Bibliografia livello 1 98

I

**LIVELLO 2. STRATEGIA DEI CONTENUTI 99**

2.1 Tipologia di contenuti 99  
A cura di Anna Maria Marras

2.2 Contenuti per pubblici differenziati 102  
A cura di Sarah Dominique Orlandi

2.3 Informazioni 105  
A cura di Gianfranco Calandra

2.4 Internazionalizzazione 106  
A cura di Sarah Dominique Orlandi

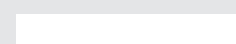
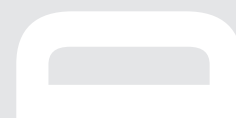
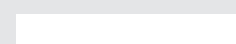
Cosa si può migliorare nella strategia dei contenuti? 108

The Museum of the World 109

N

I

<b>Il Museo del Cinema di Torino</b>	<b>109</b>
<b>Etru Museo Nazionale Etrusco</b>	<b>110</b>
<b>Abbonamento Musei: un database lungo 20 anni</b> Simona Ricci	<b>111</b>
<b>Da dove partire? Audience development e audience engagement</b> Antonia Silvaggi	<b>112</b>
<b>Bibliografia livello 2</b>	<b>113</b>
<b>LIVELLO 3. INTERFACCIA WEB</b>	<b>115</b>
<b>3.1 Operabilità</b> A cura di Sara Radice	<b>115</b>
<b>3.2 Responsive design</b> A cura di Gianfranco Calandra	<b>117</b>
<b>3.3 Identità visiva</b> A cura di Sara Radice	<b>119</b>
<b>Cosa si può migliorare nel progetto dell'interfaccia web</b>	<b>121</b>
<b>Bibliografia livello 3</b>	<b>122</b>
<b>Non hai una seconda occasione di fare una prima impressione. Il design delle interfacce come strumento di <i>engagement</i> con gli utenti</b> Letizia Bollini	<b>123</b>
<b>LIVELLO 4. LA CREAZIONE DI COMUNITÀ</b>	<b>124</b>
<b>4.1 Strumenti di condivisione</b> A cura di Vincenza Ferrara	<b>124</b>
<b>4.2 Dialogo Museo - Pubblico</b> A cura di Vincenza Ferrara	<b>126</b>
<b>4.3 Cataloghi online</b> A cura di Anna Maria Marras	<b>128</b>
<b>4.4 Monitoraggio</b>	<b>131</b>



E

A cura di Anna Maria Marras

**Cosa si può migliorare nella creazione di comunità 134**

**Progetto Digital Museum 135**

Maria Grazia Girotto

**In viaggio verso un futuro antico. I metadati descrittivi,  
strumento di gestione, fonte di conoscenza 136**

Nicola Barbuti

**Cassandra tool 137**

**Scelta dei contenuti e target dei visitatori 138**

Sandro Garrubbo

**Musei e Open Data 138**

Federico Morando

**Il visitatore come mover: dal consumo alla  
partecipazione culturale 139**

Mario Guglielminetti

**Musei e social 140**

Alberto Stracuzzi

**Bibliografia livello 4 142**

**LIVELLO 5. GRADO DI INTERAZIONE 145**

**5.1 Gestione e riuso dei contenuti 145**

A cura di Sara Radice

**5.2 Licenze per il riuso dei contenuti 147**

A cura di Vincenza Ferrara e Anna Maria Marras

**5.3 Creazione di contenuti da parte degli utenti 149**

A cura di Gianfranco Calandra

**Cosa si può migliorare nella condivisione dei contenuti 151**

**Rijksstudio - Rijksmuseum 153**

N

I



<b>Il wikipediano in residenza e altre esperienze wiki con le istituzioni culturali</b> Niccolò Caranti	<b>154</b>
<b>Bibliografia livello 5</b>	<b>155</b>
<b>ALCUNE CONCLUSIONI</b> A cura del gruppo di lavoro Digital Cultural Heritage ICOM Italia	<b>157</b>
<b>IL GRUPPO DI RICERCA DIGITAL CULTURAL HERITAGE DI ICOM ITALIA</b>	<b>163</b>
<b>183 RINGRAZIAMENTI</b>	<b>167</b>

E

C

I

D

N

I

# Garantire effettive esperienze di conoscenza e di pubblico godimento

---

Valentino Nizzo

## Frontiere permeabili

Il titolo di questo breve intervento richiama una delle più significative funzioni attribuite alla Direzione generale Musei con l'atto che nel 2014 ha dato formalmente avvio a una profonda riorganizzazione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri n. 171 del 29 agosto 2014. All'art. 20, comma 2, lettera u, viene infatti specificato che tra i compiti attribuiti alla Direzione rientra l'elaborazione di "linee guida per lo svolgimento dell'attività di valorizzazione di competenza del Ministero, in conformità con i più elevati standard internazionali, nella gestione e nella comunicazione, nell'innovazione didattica e tecnologica, favorendo la partecipazione attiva degli utenti e garantendo effettive esperienze di conoscenza e di pubblico godimento". Competenze e responsabilità che sono state da ultimo confermate anche nell'ambito della più recente proposta riorganizzativa varata dal Ministro Bonisoli che, pur superando sotto molteplici punti di vista la precedente, ha sostanzialmente lasciato inalterate le maggiori innovazioni introdotte dal suo predecessore come i "Musei autonomi", le "Soprintendenze olistiche" e il concetto stesso di "Sistema museale nazionale".

Il percorso riorganizzativo avviato nel 2014, come noto, ha investito l'intera struttura del Ministero, apportando modifiche di grande rilievo non soltanto nell'organizzazione degli uffici e delle loro competenze ma, più in generale, nella percezione e gestione di quelli che sono costituzionalmente i concetti cardine del mandato ministeriale sin dalla sua istituzione: il rapporto e il bilanciamento tra tutela e valorizzazione (da ultimi Casini 2016, Tarasco 2017, Barbati et Al. 2017 con riferimenti).

Un binomio inscindibile che, tuttavia, la riforma Franceschini ha tentato di calare in una nuova dimensione procedurale volta ad attribuire un ruolo strategico a quelle realtà culturali che costituiscono o dovrebbero costituire la frontiera permeabile tra le attività di tutela e quelle di valorizzazione: i Musei, nell'accezione più ampia che è possibile dare a questo termine.

In questa direzione si muove chiaramente la definitiva ricezione nel gergo ministeriale della definizione di Museo data dall'International Council of Museums (ICOM) in occasione della 21° Conferenza ICOM, tenutasi a Vienna nel 2007 (ma dalle radici ben più antiche), integrata finalmente in modo quasi letterale dapprima nell'art. 35, comma 1 del succitato D.P.C.M. e, poi, con lievi modifiche nell'art. 1 del cosiddetto Decreto Musei (D.M. del 23 dicembre 2014), il punto di riferimento dell'attuale assetto organizzativo:

Il museo è una istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e le espone a fini di studio, educazione e diletto, promuovendone la conoscenza presso il pubblico e la comunità scientifica.

In questa definizione si cela, a mio avviso, l'aspetto più dirompente della riforma che ha investito negli ultimi quattro anni il settore dei beni culturali, con ripercussioni dirette sia sul piano istituzionale che su quello gestionale.

### **La sfida del “diletto”**

Una rivoluzione le cui radici, tuttavia, potrebbero essere ravvisate in quel medesimo clima culturale che dette impulso alla moderna definizione di museo proposta da ICOM, nata in un contesto in cui, superata l'emergenza post-bellica, nuove e ben più infide minacce veicolate dal boom economico insidiavano il nostro patrimonio culturale e paesaggistico, innescando, almeno in Italia, una discussione più matura sulle tematiche della tutela. Fu così possibile oltrepassare il tradizionale approccio storico-culturale ed estetizzante che aveva permeato la legislazione di epoca fascista, per introdurre nel linguaggio giuridico e nella consapevolezza comune concetti in parte già recepiti a livello internazionale, come il termine “valorizzazione” o la nozione stessa di “bene culturale” estesa per la prima volta a “tutto ciò che costituisce testimonianza materiale avente valore di civiltà”; una enunciazione adottata dalla Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio (attiva dal 1964 al 1967 e nota come Commissione Franceschini perché presieduta dall'on. Francesco Franceschini), i cui lavori dettero impulso, nel successivo decennio, alla nascita del nostro Ministero per geminazione da quello della Pubblica Istruzione (Marzocca 2007; Volpe 2015, pp. 34-41).

Il confronto con la definizione di museo confluita pochi anni fa nell'art. 101 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio – D.Lgs. 42/2004 – tuttora in vigore (“struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio”) può rendere bene l'idea della portata e degli obiettivi di tale rivoluzione, ben esemplificati dall'introduzione chiara ed esplicita di un concetto al tempo stesso semplice e potente, quello di “diletto”, in grado di scardinare una visione della fruizione che sembrava aprioristicamente escludere un comune cittadino che nel suo approccio ai luoghi della cultura non fosse mosso da specifici propositi di educazione e di studio.

Una prospettiva, quest'ultima, che, più o meno direttamente, riflette una impostazione tradizionalmente volta a privilegiare i fini della “pubblica istruzione”, in seno alla quale si è per lungo tempo mossa e sviluppata la nostra legislazione dei beni culturali; ma va anche detto che tale indirizzo è stato almeno in parte condizionato – se non proprio esasperato – dalla redistribuzione dei compiti in materia di tutela e valorizzazione tra Stato, regioni ed enti locali attuata con le riforme Bassanini, con il D.Lgs. 112/1998 e con la riforma istituzionale del 2001 che ha modificato il titolo V della Costituzione, facendo sì che la sfera della valorizzazione entro cui si è soliti inscrivere gli orizzonti e le finalità del “diletto” divenisse prerogativa degli enti locali per essere demandata a specifiche normative di iniziativa regionale (Guarini 2012, pp. 121 ss. con rif.).

Ciò ha comportato conseguenze più o meno evidenti nella gestione del nostro Patrimonio, sospeso in una situazione di potenziale stallo tra organismi statali sempre di più votati – se non proprio costretti – a circoscrivere la loro azione entro i confini della tutela e regioni, enti locali e privati impreparati (o, in molti casi, disinteressati) e a confrontarsi con i meccanismi non sempre agevoli e appaganti della valorizzazione e della

gestione dei luoghi della cultura.

In questo senso la centralità data dalle recenti riforme ai musei – intesi come sistema (nella prospettiva dei Poli museali regionali e, da ultimo con la riorganizzazione Bonisoli, in quella delle Direzioni territoriali delle reti museali) o come singole realtà dotate di autonomia, entrambe con funzioni propulsive rispetto al territorio circostante – pare offrire un’importante soluzione all’impasse, esplicitando ulteriormente funzioni e obiettivi di queste istituzioni, al fine di renderle finalmente in grado di coniugare, senza inutili contrapposizioni, ricerca, educazione e diletto. Intendendo, ovviamente, quest’ultimo non come effimera divagazione, ma come motore emozionale ed esperienziale (assecondando il principio del *learning by doing*) in grado di sollecitare sensazioni positive, immedesimazione e curiosità e, attraverso di esse, suscitare interesse e attivare quei processi cognitivi che contribuiscono a imprimere nel pubblico – soprattutto in quello più giovane – quel desiderio che, si auspica, potrà indurlo a tornare più volte nel luogo che lo ha prodotto, replicando l’esperienza di fruizione in modo sempre più consapevole (Di Nubila, Fedeli 2010; Giuman, Malvestio 2012; Nizzo 2018, Nizzo 2019).

### **L’impegno congiunto di ICOM Italia e MiBACT**

In questo senso, dunque, risulta particolarmente significativo il percorso collaborativo instauratosi negli ultimi anni tra ICOM e Ministero e che nell’accordo siglato il 25 maggio 2015 (Rep. N. 4/2015) ha uno dei suoi punti focali, sul quale si è andata innestando anche l’esperienza di studio e di ricerca presentata e discussa in questa sede.

In tale documento, infatti, le due istituzioni si sono impegnate a collaborare alla “definizione di standard nazionali di gestione dei musei, individuazione delle figure professionali idonee, proposte di organizzazione e valorizzazione integrata di musei o di musei e altri istituti culturali in ambiti territoriali regionali” (art. 2) e alla loro massima diffusione tra gli operatori dei musei e del patrimonio culturale attraverso pubblicazioni e l’organizzazione di eventi e di iniziative di promozione, nonché “nell’attuazione di studi e ricerche, di qualsiasi natura, di carattere museologico e museografico”, attraverso i propri organismi e con la partecipazione attiva dei soci.

Partendo da tali presupposti, in data 26 gennaio 2017, la Direzione generale Musei ha siglato con ICOM Italia una Convenzione (Rep. Convenzioni Italia N. 1) incentrata sullo sviluppo e la sperimentazione “di progetti, iniziative e prototipi digitali volti a promuovere il Sistema museale nazionale e la partecipazione al patrimonio, ricavandone altresì informazioni utili per la profilazione degli utenti e lo sviluppo di politiche mirate per la gestione e la valorizzazione dei luoghi della cultura e per l’incremento e il miglioramento della loro fruizione ordinaria e virtuale”.

Un documento con il quale si è inteso, dunque, promuovere e veicolare attraverso i molteplici gangli statali del nascente Sistema Museale Nazionale (in particolare i Poli museali regionali cui spetta istituzionalmente il compito di farsi promotori a livello locale delle attività di valorizzazione promosse dal Ministero) l’attività condotta in seno a ICOM Italia dal Gruppo di ricerca – Digital Cultural Heritage, integrandola in una più ampia opera di sensibilizzazione digitale intrapresa sin dall’istituzione della Direzione generale Musei.

Lo schema di autovalutazione, orientamento e progettazione della strategia web per i Musei elaborato da ICOM e di comune intesa integrato con alcune specifiche proposte

dalla Direzione generale Musei è sembrato infatti lo strumento più adatto per portare a compimento una non facile opera di sensibilizzazione sulle problematiche e le potenzialità della comunicazione digitale in campo museale che fosse in linea con alcuni degli obiettivi della riforma ministeriale precedentemente citati.

### **Una strategia che ha radici (europee) lontane**

Il motore del cambiamento, tuttavia, ha radici ben più lontane e non direttamente correlate alle politiche museali e culturali intraprese negli ultimi anni. Il processo di digitalizzazione avviato finalmente anche nel nostro Ministero discende, infatti, dall'Agenda digitale europea, sottoscritta da tutti gli Stati membri e approvata dalla Commissione europea nel 2010. Un documento nel quale sono definiti gli obiettivi per sviluppare l'economia e la cultura digitale in Europa nell'ambito del più ampio piano strategico decennale "[Europa 2020](#)" che, tra i suoi obiettivi cardine, ha quello di mirare a una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, volta a favorire con ogni strumento l'integrazione sociale. Tale sottoscrizione ha dato luogo all'istituzione di una Agenda digitale italiana il 1° marzo 2012 a partire dalla quale, con il contributo della Conferenza unificata, l'Italia ha elaborato una propria strategia nella quale viene posta particolare attenzione sulla complementarità tra le varie istituzioni (statali, regionali e locali) e viene data priorità alle azioni da compiere – misurandole sulla base di specifici indicatori allineati con quelli dell'Agenda digitale europea – tra le quali centrale è risultata la cosiddetta "[Strategia per la crescita digitale](#)".

Per conseguire tali obiettivi, con la legge n. 134/2012, è stata istituita nel 2012 l'Agenzia per l'Italia Digitale (AGID), organismo che sin da subito è diventato il punto di riferimento per le politiche di potenziamento e la definizione degli standard digitali di comunicazione della pubblica amministrazione (primo fra tutti il Piano triennale per l'informatica nella Pubblica amministrazione). Un processo che, nel 2015, ha investito anche il Ministero e, sul fronte specifico della valorizzazione museale, ha portato la neonata Direzione generale Musei ad assumere il coordinamento di un progetto di razionalizzazione e potenziamento della comunicazione digitale dei luoghi della cultura definito "[MuD](#)" (acronimo per "Museo Digitale"), inaugurato formalmente in occasione della Museum Week del 10 giugno 2015.

Nei mesi seguenti, grazie all'istituzione di un tavolo tecnico costituito da esperti e professionisti interni ed esterni al Ministero, alla stretta collaborazione con l'AGID e al supporto della ALES S.p.A., la Direzione generale Musei ha avviato una prima ricognizione della situazione, volta a determinare le linee di azione e a configurare una prima proposta di standardizzazione della comunicazione web (dall'architettura di base dei siti web, allineata con gli standard previsti dall'AGID, alla revisione dello strumento cardine per la comunicazione dei luoghi della cultura e degli eventi culturali del MiBACT, il cosiddetto DBUnico), culminata nell'elaborazione delle "Linee guida MuD" e nella loro divulgazione sul territorio. Tale opera di disseminazione si è concretizzata in particolare nell'organizzazione di una serie di workshop (Roma 16/17 febbraio, Napoli 27/28 febbraio, Milano 13/14 marzo 2017), denominati significativamente "[Innovazione e partecipazione. Il museo tra segnaletica e strategie digitali](#)" e destinati a tutte le realtà dipendenti funzionalmente dalla Direzione generale Musei, con particolare riguardo per quegli organismi come i Poli

museali regionali che, come si è accennato, svolgono funzioni di coordinamento sul territorio delle strategie di comunicazione e valorizzazione promosse dal Ministero. Tali iniziative, dunque, hanno costituito un momento importante per la condivisione del lavoro di analisi e di elaborazione condotto fino a quel momento dal Ministero e per preparare al contempo il terreno per la somministrazione del sondaggio cui il Gruppo di ricerca – Digital Cultural Heritage aveva nel frattempo cominciato a lavorare.

### **Ereditare comunità**

La realizzazione in stretta collaborazione con ICOM del progetto di monitoraggio della web strategy si inserisce quindi in un contesto di auspicata standardizzazione, come strumento per monitorare sin dall'inizio l'esito dell'azione di coordinamento e potenziamento della comunicazione avviato dalla Direzione generale Musei e, al contempo, come incentivo alla formazione e alla riflessione sugli strumenti del web in un'ottica che si spingesse oltre i confini dei musei statali per espandersi globalmente all'intero Sistema museale nazionale, prefigurato dalla riorganizzazione del Ministero e previsto dall'Agenda digitale italiana come presupposto alla complementarità tra i diversi enti.

La rete virtuale, sotto tale punto di vista, costituisce una perfetta prefigurazione di quella rete reale di cui si è finalmente avviata in concreto la costituzione (da ultimo con il D.M. del 21 febbraio 2018, n. 113 recante “Adozione dei livelli minimi uniformi di qualità per i musei e i luoghi della cultura di appartenenza pubblica e attivazione del Sistema museale nazionale” e il D.M. del 9 agosto 2018 che ha istituito la “Commissione per il Sistema museale nazionale”) e che, nella sua naturale e spontanea propulsione verso i cittadini che possono fruirne democraticamente, rappresenta una materializzazione digitale di quella “comunità d'eredità” che è alla base dei principi e dei presupposti di testi fondanti come “La convenzione quadro del consiglio d'Europa sul valore dell'eredità culturale per la società” nota come Convenzione di Faro (Faro 2005).

L'accessibilità culturale garantita dalla proiezione sul web dei Musei è senza dubbio uno degli strumenti più efficaci per garantire una condivisione partecipata del sapere e un processo di aggiornamento e divulgazione di quel sistema di credenze, valori e tradizioni in continua evoluzione che dovrebbe essere al centro dei “desideri” (termine volutamente mutuato dall'art. 2 della Convenzione) di ogni cittadino consapevole dell'importanza della propria eredità (Nizzo 2016, 2017a, 2018).

La missione di chi ha la responsabilità di veicolare questi messaggi e/o di gestire i “canali” a nostra disposizione per comunicarli è proprio questa: generare un senso di orgoglio e di “appartenenza” sano e non strumentalizzato, il che vuol dire anche essere capaci di “guardare chi non ci guarda e ascoltare chi non ci ascolta” per cercare di costruire forme di comunicazione e di avvicinamento che siano in grado di superare qualunque tipo di barriera culturale o ideologica e fornire contenuti che siano al contempo scientificamente corretti e accattivanti. Come consentono di fare da tempo i processi di partecipazione e coinvolgimento dei cittadini (Volpe 2016) di cui chi scrive ha avuto in più occasioni modo di sperimentare l'importanza (Nizzo 2017b; 2018), da ultimo nel delicato ruolo di Direttore di un importante museo dotato di autonomia speciale, il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia (Nizzo 2019).

## Strategie per il futuro

Non si può fare a meno, infine, di evidenziare come la ricognizione discussa in questa sede si collochi in una delicata fase di transizione che, pur avendo avuto una lunga incubazione e attuazione, costituisce solo l'inizio di un processo i cui risultati potranno essere misurati solo a distanza di tempo, anche alla luce dell'approccio che verrà intrapreso dal nuovo governo nel settore dei beni culturali e che, come dimostrano i D.M. citati, sembra comunque porsi in continuità con quanto si è andato definendo negli ultimi anni. Ma, al di là delle scelte che verranno fatte, è certo che tale processo si inserisce in un percorso più ampio e per molti versi irreversibile, almeno per quelle che sono le acquisizioni finalmente maturate in merito alle esigenze dei "pubblici" nel loro relazionarsi con le pubbliche amministrazioni e, conseguentemente, con i loro "presidi territoriali virtuali" quali i siti web dei musei e degli altri luoghi della cultura.

Una consapevolezza che è stata puntualmente portata avanti dalla Direzione generale Musei, da ultimo nel Decreto Direttoriale n. 542 del 20 giugno 2018 relativo alle "Prime modalità di organizzazione e funzionamento del Sistema museale nazionale" nel quale si prevede in tempi brevissimi (art. 1, commi 2 e 8) l'attivazione di una "[piattaforma informativa](#)" volta ad "assicurare il collegamento e l'accreditamento dei musei e dei luoghi della cultura" afferenti al Sistema museale nazionale, l'elaborazione (art. 1, comma 12) di "piattaforme ragionate per la utile interconnessione dei siti web e degli spazi social degli istituti appartenenti al sistema" e (art. 2, comma 9) la "digitalizzazione del Sistema museale nazionale" che dovrà poggiare "sul concetto di Ecosistema digitale in coerenza con quanto previsto dal «Piano triennale per l'informatica 2017-2019» approvato con D.P.C.M. 31 maggio 2017 e s.m.i.".

Entro tale rivoluzione si collocano fattori importanti come l'avvio, in occasione dell'ultimo concorso, di un processo strutturato di reclutamento di figure professionali di grande rilevanza come i funzionari per la comunicazione, non sempre, tuttavia, individuati sulla base di un riscontro effettivo delle loro capacità ed esperienze professionali nel campo della comunicazione culturale. Un limite che potrà essere colmato, almeno in parte, grazie all'esperienza maturata sul campo, attraverso il confronto diretto con le esigenze dei "pubblici" e con quelle di un "mercato" nel quale anche la "comunicazione del patrimonio", intesa come atto integrante dei processi di valorizzazione e inclusione sociale, ha finalmente guadagnato la sua necessaria e opportuna rilevanza (Lampis 2018).

Tuttavia, come è possibile rilevare sin da ora dall'analisi dei dati del monitoraggio, il percorso richiede investimenti supplementari nella formazione e nella sensibilizzazione del personale e il reclutamento di figure professionali integrative, che evitino la creazione di cimiteri virtuali, nati con i migliori intenti grazie a contrattualizzazioni esterne ma destinati a breve vita per l'incapacità di mantenerli aggiornati rispetto ai repentini progressi della comunicazione, per ragioni il più delle volte connesse all'atavica ristrettezza di risorse finanziarie, di organico e strumentali oltre a quelle derivanti dai limiti imposti dal rispetto delle regole relative agli appalti pubblici e alle norme anticorruzione.

Un orizzonte con il quale ci si dovrà confrontare, per rendere la web strategy davvero sostenibile e all'altezza del valore e dell'importanza universalmente riconosciuti al nostro patrimonio culturale materiale e immateriale.

## Bibliografia

- Barbati, C., Cammelli M., Casini, L., Piperata G., Sciullo, G. (2017), *Diritto del patrimonio culturale*, Bologna, Il Mulino.
- Casini, L. (2016), *Ereditare il futuro. Dilemmi sul patrimonio culturale*, Bologna, Il Mulino.
- Di Nubila, R. D., Fedeli, M. (2010), *L'esperienza quando diventa fattore di formazione e di sviluppo*, Lecce, Pensa MultiMedia.
- Giuman, L., Malvestio, M. (2012), *Formazione esperienziale: istruzioni per l'uso. Wiki-manuale per orientarsi nell'experiential learning*, Roma, FrancoAngeli.
- Guarini, M. R. (2012), *Beni culturali e musei: trasformazioni in atto e prospettive future*, in D. Fonti, R. Caruso (a cura di), *Il museo contemporaneo: storie, esperienze, competenze*, Roma, Gangemi Editore, pp. 117-13.
- Lampis, A. (2018), *Il (nuovo) ruolo sociale dei musei. Il Sistema nazionale dei musei*, in *Il Giornale delle fondazioni* 25/5/2018 <<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-nuovo-ruolo-sociale-dei-musei-il-sistema-nazionale-dei-musei>>.
- Marzocca, R. (2007), *La nozione di bene culturale dalla commissione Franceschini al nuovo Codice dei beni culturali*, 04.01.2007, in <<http://www.altalex.com/index.php?idnot=35742>>.
- Nizzo, V. (2016), *Sognai talmente forte che mi uscì il sangue dal naso*, in V. Curzi, L. Branchesi, N. Mandarano (a cura di), *Comunicare il Museo oggi: dalle scelte museologiche al digitale*, Milano, Skira, pp. 411-422.
- Nizzo, V. (2017a), *Valori sociali, valori economici e sistemi di valutazione: la prospettiva da un (neo-)museo autonomo*, in *RAVELLO LAB 2017, Sviluppo a base culturale. Governance partecipata per l'impresa culturale*, Atti XII edizione Ravello Lab (Ravello 2017), in *Territori della Cultura. Rivista on line* 30, pp. 196-205.
- Nizzo, V. (2017b), *Da Ferrara a Faro; esperienze e strategie per la costruzione di una percezione partecipata dell'archeologia*, in S. Pallecchi (a cura di), *Raccontare l'Archeologia. Strategie e tecniche per la comunicazione dei risultati delle ricerche archeologiche*, Atti del convegno, Firenze, All'Insegna del Giglio, pp. 71-83.
- Nizzo, V. (2018), *Siamo il nostro Patrimonio: #Culturaèpartecipazione*, in F. Pignataro, S. Sanchirico, C. Smith (eds.), *museum.dià. Chronos, Kairòs e Aion: Il tempo dei musei*, Atti del II convegno internazionale di museologia (Roma 2016), Roma, Editorial Service System, pp. 29-43.
- Nizzo V. (2019), *Storie di Persone e di Musei al Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia*, in V. Nizzo (ed.), *Storie di Persone e di Musei: persone, storie, racconti ed esperienze dei musei civici di Lazio, Umbria e Toscana tra tutela e valorizzazione*, Roma: Editorial Service System, pp. 17-62.
- Tarasco, A. L. (2017), *Il patrimonio culturale. Modelli di gestione e finanza pubblica*. Napoli, Editoriale Scientifica.
- Volpe, G. (2015), *Franceschini (2014) dopo Franceschini (1966): per una visione olistica del patrimonio culturale e paesaggistico*, in *Ananke* 74, gennaio 2015, pp. 34-41.
- Volpe, G. (2016), *Un patrimonio italiano. Beni culturali, paesaggio e cittadini*, Novara, UTET.



# CREDITI

Le immagini presenti nella pubblicazione sono state realizzate dagli autori (tabelle, grafici e foto degli eventi di disseminazione), eccetto le immagini utilizzate per le buone pratiche che sono di proprietà delle Istituzioni e rilasciate a titolo gratuito.

Questa pubblicazione gratuita viene divulgata in formato digitale in CC BY-SA 4.0 con obbligo di attribuzione e di condivisione con la stessa licenza.

Per qualsiasi segnalazione o abuso potete contattarci via mail:  
[digital.cultural.icomitalia@gmail.com](mailto:digital.cultural.icomitalia@gmail.com)



**ICOM** international  
council  
of museums  
Italia

# WEB STRATEGY MUSEALE

MONITORARE E PROGETTARE  
LA COMUNICAZIONE  
CULTURALE NEL WEB



ICOM Italia  
Gruppo di ricerca Digital  
Cultural Heritage

**ISBN 9788894491005**