

**Rivista "IBC" X, 2002, 2***musei e beni culturali / convegni e seminari, media*

"Museum and the web 2002", Boston (USA), 17-20 aprile 2002.

**L'IBC a "Museum and the web 2002"**

Maria Pia Guermandi

[IBC]

Anche per i siti web museali è tempo di bilanci. Potrebbe essere questa una delle chiavi di lettura della sesta edizione dell'annuale convegno internazionale M&W, dedicato all'uso del web per quanto riguarda i siti museali e le istituzioni culturali in genere. Il titolo dell'edizione 2002, svoltasi a Boston dal 17 al 20 aprile, era "Recognizing achievement in heritage website design" e ha visto la partecipazione di decine e decine di istituzioni provenienti da oltre 20 paesi.

Come accennato, uno dei temi maggiormente approfonditi è stato quello della valutazione dei siti museali: già da qualche tempo molte istituzioni si stanno ponendo il problema di verificare l'impatto che i propri siti hanno nei confronti degli utenti del museo virtuale. Tale analisi viene per lo più svolta rivolgendosi alla pratica empirica dello *user testing*, ma si stanno sperimentando anche metodologie più sofisticate, una delle quali - il metodo MILE - rappresenta il risultato di una ricerca condotta dal Politecnico di Milano (laboratorio HOC del Dipartimento di Elettronica e Informatica) e da un gruppo di conservatori dei musei bolognesi coordinati dall'IBC.

Il metodo MILE si basa su una puntualissima analisi dei profili dell'utente e delle sue esigenze informative, culturali e cognitive sulla base delle quali sono costituiti degli "scenari" di utilizzo del sito, ciascuno dei quali valutato secondo una griglia di punteggi diversificati a seconda degli obiettivi di partenza. Il gruppo di ricerca aveva testato il metodo su alcuni siti dei più famosi musei a livello mondiale (Louvre, Metropolitan, Tate, Hermitage) e, nel corso della discussione seguita alla presentazione, i risultati dell'analisi sono stati discussi con i rappresentanti di alcune di queste istituzioni che hanno sottolineato come la verifica abbia evidenziato criticità e punti di forza delle diverse realizzazioni sul web in modo molto analitico ed efficace.

Durante le numerose sessioni di "Museum and the Web" sono state esplorate molte altre tematiche, da quelle a carattere maggiormente tecnologico a quella, di grande rilevanza culturale, relativa all'impatto delle tecnologie dell'informazione sulla *mission* educativa del museo. In tale direzione si sta ormai attivando, in ambito pedagogico, una discussione molto vivace su come le risorse educative basate sul web, in particolare quelle che caratterizzano i siti museali, stiano influenzando i modelli pedagogici e i percorsi di apprendimento: in questo senso educatori e museologi sono sollecitati ad una interazione sempre più profonda con le ricerche derivate dalla così detta "*social informatics*".

Altri temi di grande interesse hanno riguardato gli strumenti di *content management*, da un lato, e le modalità di rappresentazione della scienza attraverso i siti web dall'altro; tutte le sessioni erano poi accompagnate, come di consueto, da molteplici attività quali *workshops*, *panels* e dimostrazioni che rendono questa manifestazione un appuntamento veramente irrinunciabile per chi desidera verificare lo stato dell'arte in questo settore.

Il convegno, come tradizione, si è concluso con la proclamazione delle migliori realizzazioni web dell'anno, suddivise in varie categorie: in assoluto, il miglior sito per il 2002 è risultato <http://www.ballgame.org>, una realizzazione, di grande efficacia didattica, curata dal Mint Museum of Art di Charlotte, nel North Carolina e dal National Endowment for the Humanities per accompagnare una mostra itinerante incentrata su un gioco del pallone caratteristico delle culture precolombiane mesoamericane. Per gli interessati è possibile ordinare i *proceedings* dell'edizione 2002 direttamente dal sito di M&W.