

Un Museo e un sito web, per l'immagine e il dialogo con la società civile

Elisabetta Falchetti

Museo Civico di Zoologia, Via Ulisse Aldrovandi, 18. I-00197 Roma. E-mail: elisabettamaria.falchetti@comune.roma.it

RIASSUNTO

Il Museo di Zoologia ha una serie di necessità comunicative complesse, che vanno dalla presentazione dell'Istituzione e delle sue attività, all'informazione sui servizi per cittadini comuni, scuole e visitatori, all'open access, al rapporto con gli esperti, accanto all'esigenza di attrarre diversi pubblici, fidelizzarli e/o richiamare il "non-pubblico". Abbiamo affidato ad un nuovo sito web la possibilità di comunicare con molte diverse categorie di cittadini, anche tenendo conto del successo di altri due portali del Museo "Scienza-on-line" ed "Ecoagenda". Un lavoro di equipe e la disponibilità di una piattaforma informatica pratica e flessibile ci hanno permesso di armonizzare esigenze di informazione, comunicazione ed open access, attraverso una presentazione attraente e dinamica, interattiva, accessibile e semplice nell'uso, distribuendo i contenuti secondo la missione del Museo, armonizzati tuttavia con le possibili e prevedibili esigenze dei visitatori e degli esperti.

Parole chiave:

sito web, open access, pubblico, non-pubblico.

ABSTRACT

A Museum and its web-site, for a modern image and a dialogue with the civil society.

The Zoological Museum of Rome needs clear, attractive and complex communication for common visitors, schools and non-visitors. A new web-site has been realized, after the success of two other web-sites: Scienza-on-line and Ecoagenda. The site include information about mission, naturalistic collections, researches and facilities of the Museum, but also educational activities. The open access is one of the aims of the new site.

Key words:

web-site, open access, visitors non-visitors.

Le rappresentazioni sociali di un museo delle scienze variano molto tra chi è frequentatore abituale di musei -che si aspetta esposizioni ed attività stimolanti, coinvolgenti, interattive, moderne ed attuali nei temi e negli stili comunicativi, adatte anche come passatempi culturali- e chi non lo è -che spesso conserva un'immagine di museo come contenitore di reperti, poco attraente, statico, accessibile solo ad esperti e di difficile lettura - (vedi ad es. Falchetti, 2007 e rapporti dell'Eurobarometro). Costruire o rinforzare un'immagine socialmente valida e stimolante non è quindi un compito semplice, proprio per la differenza tra pubblici e non-pubblici, peraltro ulteriormente diversi per età, interessi, formazione culturale, attese, ecc.. Questa non è l'unica esigenza comunicativa di un museo oggi. Un museo di Zoologia, come quello di Roma, ha una serie di necessità di comunicazione complesse, che vanno dalla presentazione dell'Istituzione e delle sue attività, all'informazione, ai servizi (per i cittadini comuni, le scuole, i visitatori, ecc.), agli eventi culturali, non ultima l'esigenza di attrarre pubblici di adulti (i visitatori scolastici sono infatti predo-

minanti rispetto a quelli comuni), invitarli a tornare e/o indurre i non-pubblici a visitare il Museo. Inoltre, il ruolo sociale di un museo scientifico, oggi, prevede non solo l'educazione e divulgazione scientifico-naturalistica, ma anche la formazione socioculturale e ambientale dei cittadini (deve contribuire cioè alla costruzione di cittadinanza responsabile e promuovere la partecipazione civile alle questioni di interesse ambientale; ad es. UNESCO, 1999). La democratizzazione culturale, l'apporto di consulenze ai problemi territoriali, l'integrazione sociale, la promozione della sostenibilità e delle attività di conservazione ambientale sono compiti attribuiti ai musei moderni. Per realizzarli, i musei debbono scegliere progetti e politiche culturali adeguate, non solo nelle attività che esplicano, ma anche nelle forme di comunicazione. Ad esempio, debbono pensare alla comunicazione come "dialogo" e non come "trasmissione" ai cittadini (il modello trasmissivo e quello del deficit, infatti, si sono rivelati insufficienti se non fallimentari, in un contesto dominato da forme di comunicazione attive, dinamiche e globalizzate, come hanno messo in evidenza numero-

si ricercatori o scienziati, quali ad esempio Bucchi, 2008; Ziman, 2002); debbono realizzare modelli comunicativi diretti, semplici ed accessibili a tutti; debbono essere espliciti e chiari negli obiettivi.

Una delle strategie attraverso le quali i musei possono contribuire a costruire nuove forme di cittadinanza è l'adesione all'open access. Dopo la Conferenza di Berlino (2003) nel corso della quale si è affermata l'importanza di aprire alla società civile la conoscenza scientifica anche sotto forma di partecipazione, scambio aperto e diffusione attraverso il web, molte istituzioni stanno firmando la "Berlin declaration on open access" ed adeguando le forme di comunicazione in web agli scopi stabiliti e ai nuovi modelli culturali richiesti.

Questi sono alcuni dei presupposti che hanno guidato la realizzazione del sito web del Museo Civico di Zoologia, realizzato nel 2008 ed in funzione/sperimentazione da alcuni mesi.

Un museo come il nostro ha come obiettivo comunicativo di presentarsi (e farsi riconoscere) come un polo di riferimento multiculturale, sociale ed ambientale, pur mantenendo la sua peculiarità di Istituzione di ricerca ed educazione scientifica ed allo stesso tempo offrire informazioni sui servizi. Fornire oggi un ritratto esauriente ed utile del Museo è una sfida. Per di più il Museo di Zoologia vive in una città dove le risorse e le attività culturali sono fortemente competitive. Pertanto ha necessità di "piattaforme" e scelte comunicative adeguate per sviluppare immagine e servizi, anche oltre le mura del Museo stesso.

Abbiamo allora affidato al nuovo sito web del Museo la possibilità di arrivare a molte diverse categorie di cittadini, anche tenendo conto del successo del dialogo in web realizzato attraverso gli altri due portali del Museo "Scienza-on-line" (per un dialogo aperto con i cittadini sulla scienza; fig. 1) ed "Ecoagenda" (per proporre i temi della sostenibilità socio-ambientale).

Un lavoro di equipe è stato alla base della realizzazione del sito. L'apporto informatico è stato fornito dalla D.ssa Maria Rosaria Manco della Link srl di Roma, che vanta una grande esperienza nella realizzazione di siti istituzionali; l'apporto comunicativo-mediatico è stato

fornito dalla D.ssa Alessandra Sperduti, specialista in new media e comunicazione scientifica, e infine alla grafica ha contribuito anche Maria del Rosario Cuervo.

Abbiamo cercato di armonizzare contenitore e contenuti. La scelta della piattaforma informatica Plone ha rappresentato un elemento chiave della realizzazione: offre infatti requisiti di semplicità d'uso, praticità, possibilità di aggiornamento immediato e continuo, dinamismo e flessibilità (ad esempio, la struttura gerarchica) che ci hanno permesso di "mettere in pratica" le considerazioni e i vari aspetti su-indicati e di affrontare il problema della comunicazione con i diversi pubblici reali o potenziali.

Un breve filmato iniziale, composto di una sequenza di bellissime immagini di animali ed ambienti dirige (e dovrebbe a nostro parere catturare) l'attenzione del pubblico sul concetto portante e motivo di esistenza del Museo: la biodiversità, la sua conservazione, la ricerca per e sulla diversità animale e le attività culturali che la fanno conoscere. Il messaggio della conservazione ambientale è immediato e prioritario, insieme a quello della funzione del Museo. Mission, storia, obiettivi e servizi del Museo hanno ampi spazi a disposizione. Tutte le sezioni hanno un assetto gerarchico, per permettere vari livelli di approfondimento: dalla breve informazione alla conoscenza più esauriente.

Per rispettare la scelta di aderire all'open access, abbiamo riservato ad *Aldrovandia*, la rivista scientifica del Museo, uno spazio nel sito; la rivista quindi è disponibile per esperti e non esperti. Anche il settore dedicato alle collezioni è organizzato con un criterio di open access: dalle informazioni più generali, fino ai dettagli (con galleria di foto) di collezioni e raccolte ed anche di singoli esemplari (la struttura informatica lo permette). La collezione malacologica, ad esempio, è illustrata abbondantemente, esponendo *specimens* interessanti dal punto di vista della ricerca e soprattutto i numerosi "tipi" che comprende. Il sito è predisposto anche per la pubblicazione degli inventari.

Il ritratto con i ruoli, la formazione, le specializzazioni e le attività di ricerca, le pubblicazioni ed i recapiti del personale sono resi pubblici per farli conoscere e per facilitare eventuali contatti con cittadini comuni o altri specialisti. Rendere noti aspetti di ricerca e presenza/attività dei ricercatori favorisce la costituzione dell'immagine di Museo vivo ed attivo negli studi scientifici e nella ricerca, sia all'interno del Museo che sul campo, attività istituzionali spesso sconosciute anche ai visitatori abituali di musei scientifici. Inoltre attribuisce nuovi ed attuali valori e significati alle attività di conservazione.

Anche il settore dedicato all'educazione è strutturato in modo tale da fornire non solo informazioni e servizi (attività, orari, eventi, pubblicazioni disponibili, per scuole, famiglie, ecc.), ma anche per offrire una riflessione sui significati e gli obiettivi delle attività cultura-



Fig. 1. Home page del sito di dialogo con i cittadini sulla scienza "Scienza-on-line".



Fig. 2. Proposta on-line di alcune attività didattiche per la conoscenza dell'ambiente descritte da chi le ha progettate e sperimentate, anche attraverso testimonianze e commenti degli studenti sul sito www.museodizooologia.it.

li/educative del XXI secolo, sulle metodologie e le scelte adottate in Museo; inoltre, il settore garantisce anche una sorta di partecipazione pubblica, attraverso l'open access alle ricerche ed ai progetti educativi. Sono pubblicati, infatti, progetti sperimentali, risultati di ricerca, studi in corso ed inchieste. Il dialogo con il pubblico è ulteriormente stimolato attraverso la pubblicazione di attività educative on-line: non solo mediante i link del portale ai siti Scienza-on-line ed Ecoagenda, ma anche offrendo veri e propri itinerari virtuali di conoscenza interattivi (ad esempio l'Ecopaesaggio ed il BioLab sugli insetti).

La scelta grafica è stata a favore di un assetto facile ed accattivante: sono stati adottati alcuni colori-bandiera identificativi delle varie sezioni, che dovrebbe aiutare i visitatori ad orientarsi e facilitare la ricerca. Una distribuzione dei contenuti secondo la missione del Museo, armonizzati tuttavia con le possibili e prevedibili esigenze del pubblico, l'aspetto estetico attraente, una struttura flessibile che permette cambiamento costante ed agevole di tutti i contenuti, immagini e filmati compresi, sistemi di comunicazione e-mail e contatti, l'inserimento di testi, file in vari formati, varie forme di interattività sono in sintesi le strategie innovative del sito. La potenzialità del sito è enorme, sia sul piano del cambiamento che dell'ampliamento: i contenuti inseriti inizialmente si sono già arricchiti e giornalmente vengono rivisti ed incrementati. Contiamo di arrivare a mettere on-line inventari e archivi di foto digitali delle collezioni più significative, ma anche filmati, pubblicazioni, altre

attività virtuali (fig. 2)... tutti potenziali mezzi di dialogo con i cittadini.

L'immagine che vorremmo costruire è quella di un Museo, accogliente, disponibile ed accessibile per tutti, capace di mantenere tradizioni e tuttavia aperto al cambiamento ed alle nuove esigenze culturali e comunicative: un museo per amico. Questo è anche il titolo attribuito all'opuscolo di presentazione del Museo che viene distribuito al pubblico, per rinforzare il messaggio.

BIBLIOGRAFIA

- BUCCHI M., 2008. Dal deficit al dialogo, dal dialogo alla partecipazione - e poi? Modelli di interazione tra scienza e pubblico. *Rassegna Italiana di Sociologia*, XLIX, (3): 377-402.
- Conference on open Access to knowledge in the Science and Humanities, *Berlin Declaration* 20-22 October 2003.
- FALCHETTI E., 2007. Costruire il pensiero scientifico in museo. *Museologia Scientifica Memorie*, 1: 1-255.
- UNESCO, 1999. *Declaration on Science and the Use of Scientific Knowledge*.
- ZIMAN J., 2002. *La vera scienza*. Edizioni Dedalo, Bari.

SITI INTERNET (accessed 30.11.2009)

- <http://www.museodizooologia.it/>
<http://www.ecoagenda.it/>
<http://www.scienza-on-line.it/>
<http://ecopaesaggio.museodizooologia.it/>