

IL WEB E LA CULTURA

Le opportunità per i Musei per la comunicazione e la partecipazione

25 ottobre 2018 (ore 10-17:30)

Istituto Beni Culturali - Biblioteca Giuseppe Guglielmi
Via Marsala, 31 Bologna

iscrizioni entro 1 ottobre con mail a corsoibcwebstrategy@regione.emilia-romagna.it

L'Istituto Beni Culturali della Regione Emilia-Romagna organizza una serie di eventi formativi di base su musei e digitale dedicati a chi opera nei musei, nell'ambito del progetto europeo Mu.SA <http://ibc.regione.emilia-romagna.it/istituto/progetti/progetti-europei/musei-e-beni-culturali/mu-sa-2013-museum-sector-alliance>. Partner dell'iniziativa sono ICOM Italia e Polo Museale dell'Emilia Romagna.

La giornata **Il web e la cultura. Le opportunità per i Musei per la comunicazione e la partecipazione** è dedicata allo spazio della cultura nel Web, su come sta cambiando la comunicazione e la valorizzazione del patrimonio grazie alla spinta globale, multidisciplinare, multitarget e multilingue della rete. Per affrontare e rafforzare la propria identità digitale i Musei devono avere una Web strategy, una visione complessiva e coordinata con strumenti tra loro interconnessi e coerente con la missione del museo.

Il Web è un territorio di progettazione con regole e modalità peculiari che sovvertono alcune nozioni classiche. Offre enormi potenzialità per nuove narrazioni culturali e nuove modalità di coinvolgimento. Il Web è infatti anche lo spazio della partecipazione e della creazione grazie agli strumenti che permettono agli utenti di creare e condividere i contenuti. Il futuro è questo: non solo il Museo che pubblica, ma il pubblico che rielabora e condivide le informazioni.

La relazione con il pubblico è diventata fondamentale e le opinioni delle persone hanno a volte più peso dei testi autorevoli. Cosa ha provocato un rovesciamento delle gerarchie? I processi partecipativi che coinvolgono attivamente il pubblico stanno divenendo un obiettivo importante per i musei. Parleremo del passaggio dal museo storia al museo azione, e dell'evoluzione dell'importanza dei processi partecipativi. Il web e gli strumenti digitali disponibili sono naturalmente predisposti per il coinvolgimento diretto del pubblico.

Secondo il sondaggio web strategy 2017 ICOM Italia / MiBACT, il 73,2% dei luoghi della cultura italiani ha una strategia Web, e dimostra una consapevolezza delle opportunità legate alla rete molto più ampia di quello che ci si potrebbe aspettare (Sondaggio Web strategy 2017). Analizzeremo i dati emersi dal sondaggio e le soluzioni che su corto e lungo tempo i musei possono mettere in atto per migliorare la propria presenza online.

Ai partecipanti è richiesto, se possibile, di portare il proprio laptop o tablet, come strumenti di supporto durante il workshop.

PROGRAMMA

Lo spazio della cultura nel Web. Il Web: un territorio di progettazione culturale | | L'era della condivisione dei contenuti, l'era della condivisione del sapere

Il Web e le sue regole. Visualizzare il Web | La natura connettiva del web | | Di cosa ci fidiamo nel Web?

I Musei nel Web. Come le Istituzioni museali dialogano con la rete: alcuni casi italiani ed internazionali

Esercitazione: La mappa dei social e l'aggiornamento continuo

Esercitazione: Analisi della presenza dei Musei in alcune piattaforme

La Web strategy museale. Un approccio integrato: sito, canali social, e piattaforme | Social Media Map |

Analisi e funzionalità generali delle piattaforme | Web strategy: missione, piano di comunicazione, azioni.

Esercitazione: Analisi della web strategy

Uno strumento utile. Lo schema di autovalutazione e progettazione della Web strategy Icom Italia

Metodologia in aula: si predilige l'approccio deduttivo e l'apprendimento esperienziale con esercitazioni pratiche. Non è richiesta nessuna competenza tecnica

Docente:

Sarah Dominique Orlandi

Progettista per la cultura, progetta strumenti e azioni di comunicazione per le Istituzioni culturali ed è specializzata nell'uso di strumenti digitali e multimediali per la trasmissione della conoscenza. E' consulente per Onlus, società culturali, agenzie di comunicazione e Istituzioni pubbliche. Ha realizzato progetti per la Biennale di Venezia, il Museo del Novecento di Milano, il Museo MAXXI di Roma, Il Museo della Seta Abegg, La Pinacoteca di Brera, l'Università Cattolica.

Affianca al lavoro progettuale un'intensa attività di formazione e ricerca. Coordina il gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage di ICOM Italia che, in convenzione con il MiBAC, ha realizzato il "sondaggio nazionale sulla web Strategy 2017".

> **CreandoCultura.it** > it.linkedin.com/in/sarahorlandi