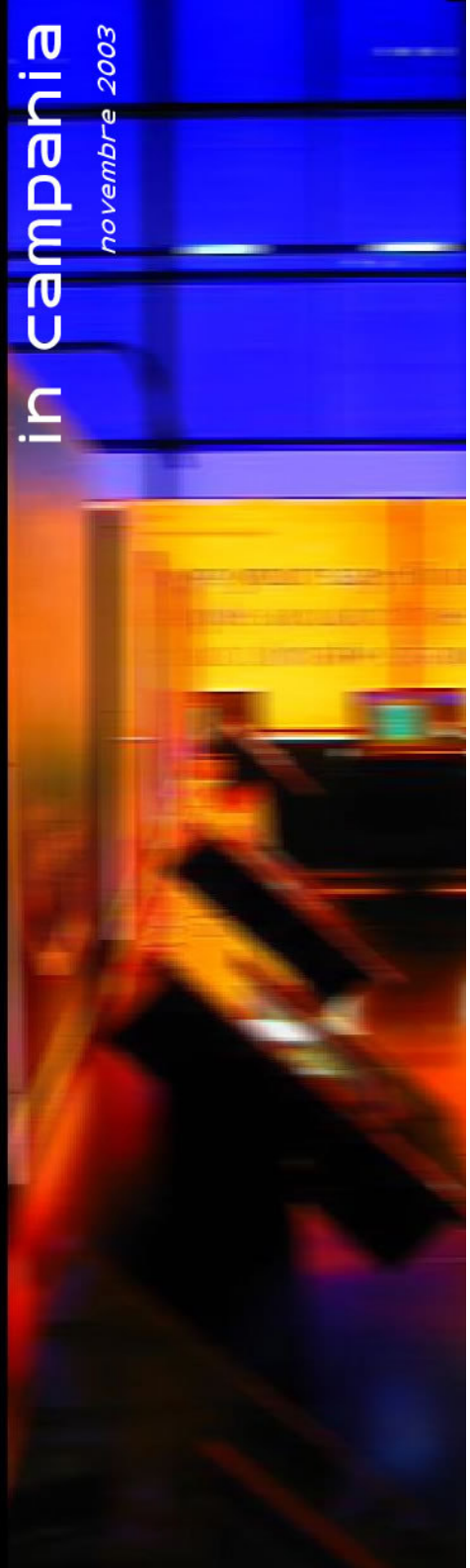


MUSEI E INTERNET

in campania

novembre 2003



Musei e Internet

In Campania

Pubblicazione realizzata con il patrocinio del
Comune di MONDRAGONE



E con il contributo di
POLIDORO S.r.l.
Via S. Benedetto, 2
Sessa Aurunca (CE)

in occasione della Tavola rotonda
*"I musei Civici ed Ecclesiastici
della Campania in rete e nella rete"*

Museo Civico città di Mondragone (CE)
15 Novembre 2003

Regione Campania
Provincia di Caserta
Diocesi di Sessa Aurunca

MUSEI-IT.NET

musei italiani + IT

www.musei-it.net

Introduzione di

Francesco Nazzaro

Interventi di

Bruno Barsella

Stefania Boiano

Giuliano Gaia

Francesco Simone

Introduzione

IL LOCALE COME SEGNO DI IDENTITÀ E NON DI CONFINE.

Il Museo Civico di Mondragone nasce e opera come testimonianza concreta che la tutela e la valorizzazione dei beni archeologici è possibile oltre la dimensione statale. L'Ente Locale, interpretando la volontà diffusa della comunità, ha concretizzato la nascita di una piccola realtà museale che da subito si è posta come linea di difesa del patrimonio archeologico.

L'impegno si è declinato non solo nel senso della conservazione ma soprattutto nella ricerca, come testimoniato dalle ripetute campagne di scavo finanziate dalla Amministrazione Comunale.

Come valorizzare questo lavoro in itinere? La risposta inevitabile è stata il Web. La rete da subito si è presentata come il naturale strumento di proiezione all'esterno. C'era bisogno che il Museo Civico diventasse una casa di vetro nella quale potersi affacciare in ogni momento. Comunicare virtualmente, quindi, per incuriosire, appassionare e costruire una comunità sia reale che virtuale di cultori e ricercatori.

Nessuna realtà è locale nell'era del web. Il locale è sinonimo di identità, non di limite.

Per tale considerazione di fondo, la lista di discussione promossa da Musei-it.net è diventata, subito, il naturale punto di riferimento dove potersi confrontare ma anche ricercare, osservare e comprendere le dinamiche museali nell'era di internet.

Il supporto di musei-it.net si presenta quindi come strumento necessario ad ogni realtà museale che voglia intendersi dinamica ed aperta alla nuova dimensione tecnologica.

Questo incontro con il rientro della Statua di Apollo è diventato il pretesto per dare vita concreta ad un rapporto di collaborazione costruito nel mondo virtuale con Musei-it.net, oggi realtà di riferimento per il sistema web/musei.

Dott. Francesco Nazzaro
Museo Civico di Mondragone

Internet non distruggerà mai i musei.

Semplicemente li trasformerà.

Come? Difficile dare oggi una risposta. Da sempre gli effetti delle tecnologie vengono sopravvalutati nel breve periodo e sottovalutati nel lungo periodo. E' accaduto con il telefono, con l'automobile, e oggi anche con Internet: all'apparire della rete si è detto che l'economia non sarebbe stata più la stessa, che saremmo diventati tutti virtuali, ecc. Invece, rapidamente e dolorosamente, la bolla si è sgonfiata, e solo oggi, che l'e-mail e il web sono diventati davvero uno strumento quotidiano usato da una frazione significativa della popolazione, possiamo cominciare a valutare seriamente l'impatto della rete sulle nostre abitudini e sul nostro modo di vivere e lavorare. Anche i musei non sono sfuggiti a questa regola: le prime visite virtuali hanno portato un'ondata di shock che ha colpito il mondo della cultura. Si temeva che nessuno sarebbe più andato in un museo, ora che "con pochi click ci si può connettere a qualunque museo del mondo e vederne le opere d'arte dalla propria poltrona" (ma chi naviga in poltrona?). Era evidentemente un errore grossolano: la riproduzione potenzia l'appeal dell'originale; il fatto che la Gioconda sia su ogni libro di testo non ha certo diminuito le visite al Louvre. Sarebbe stato forse più significativo dibattere su come cambia il rapporto tra il pubblico e il museo, nel momento in cui viene creato un nuovo ed efficace canale di dialogo. Chiunque oggi può scrivere

una mail ad un museo ed aspettarsi una risposta, rompendo la storica distanza che da sempre in Italia ha caratterizzato i luoghi della cultura rispetto al pubblico generale. Non mancano gli aspetti critici: la tecnologia digitale è costosa, invecchia in fretta, e richiede competenze molto specialistiche, non facilmente recuperabili in un museo. Inoltre, la “spettacolarizzazione” digitale delle gallerie, se da un lato può coinvolgere emotivamente il visitatore, dall’altro può snaturare il rapporto con l’oggetto, facendolo diventare quasi uno sfondo, un pretesto. Quali che ne siano i risultati, l’impatto dell’Information Technology sul mondo della cultura, e in particolare dei musei, non può essere sottovalutato. Per questo nel 1999 Giuliano Gaia, allora webmaster del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano, e Bruno Barsella, dell’Università di Pisa, hanno fondato la mailing list Musei-it, per discutere via e-mail proprio su questi temi. Negli anni la mailing list si è evoluta, arrivando ai 400 iscritti nel luglio 2003, e offrendo lo spunto per molte discussioni preziose.

musei-it: storia di una mailing list

Giuliano Gaia - Bruno Barsella

M

usei-it nasce nel 1999. L'idea era quella di cercare di creare un collegamento tra le persone impegnate nel

medesimo campo delle nuove tecnologie nei musei. Allora questi professionisti non erano molti e vivevano in uno stato di relativo isolamento, con una certa difficoltà di comunicazione con i museali "tradizionali". Nacque allora l'idea di creare uno strumento orizzontale, di incontro informale, che permettesse di scambiarsi informazioni e opinioni con la rapidità e la "democraticità" della rete. L'idea, lanciata da Giuliano Gaia, venne subito accolta da Bruno Barsella che offrì il suo supporto tecnico, e dai primi 10 iscritti la lista è cresciuta man mano, fino ad arrivare alle dimensioni di oggi, che sono quelle di una piccola ma solida comunità in costante crescita. La composizione sociale della lista si può approssimativamente dividere in tre gruppi: gli accademici (studenti e ricercatori), le aziende del settore e i museali propriamente detti. Fino ad ora sembrano prevalere i piccoli musei rispetto alle realtà più grandi, e questo forse è dovuto al fatto che la lista per alcuni musei è uno strumento per rompere in qualche modo l'isolamento geografico e culturale.

La mailing list è risultata uno strumento fondamentale sia per gli addetti ai lavori che per i molti studenti impegnati nella realizzazione di tesi sui musei virtuali i quali hanno potuto accedere a bibliografia e consigli degli esperti del settore. Ancora, la lista ha permesso ad alcuni iscritti di trovare lavoro nel campo culturale. A partire dal 2001 è sorto anche il sito www.musei-it.net curato da Giuliano Gaia e Stefania Boiano in cui vengono riportati link tematici, convegni e libri

segnalati in lista. Un aspetto interessante del sito è dato da due raccolte. Una è la raccolta dei **migliori siti di musei italiani**, compilata con l'aiuto degli iscritti, che dimostra come sul web anche con pochi mezzi si possano raggiungere ottimi risultati. La seconda raccolta è costituita dalla sezione "**guida ai musei italiani**" curata da Francesco Simone, che regione per regione recensisce piccoli musei specializzati e poco noti, in grado quindi di costituire una base per itinerari inaspettati in tutta la penisola. Bisogna segnalare che l'impegno alla base di musei-it è del tutto volontario e dal punto di vista tecnico, la mailing list gira con un software open source gestito da Bruno Barsella presso l'Università di Pisa.

I musei sul web: linee guida per la progettazione

Stefania Boiano

Nel momento in cui un Museo decide di realizzare un sito web, sia che questo venga creato all'interno sia che venga affidato ad un'agenzia esterna, il punto centrale è comunque il progetto. Innanzitutto è importante fare **un'analisi preliminare** in cui si stabilisce lo scopo del sito. Apparentemente semplice, questa in realtà è la fase più complessa dell'intero processo. Sappiamo che un sito web museale deve rispondere contemporaneamente a più bisogni. Qual è lo scopo del sito? A chi è rivolto? Vuole essere uno strumento per far conoscere le proprie collezioni al resto del mondo? Oppure è solo una presentazione online utile a chi vuole organizzare "una visita reale" al museo o vuole tenersi aggiornato sulle sue ultime attività? Per poter rispondere a queste domande bisogna analizzare attentamente le caratteristiche del pubblico target, compreso il tipo di connessione Internet più

utilizzata; è infatti controproducente progettare pesanti presentazioni multimediali per chi naviga da casa con una connessione a 56K. Altra fase fondamentale, ma spesso ignorata, è dare uno sguardo approfondito a “cosa fanno gli altri”. L'**analisi comparativa** dei siti di altri musei aiuterà sicuramente ad avere un'idea dei contenuti che più risultano utili ad un visitatore web e a notare il grado di facilità di accesso alle informazioni, l'accessibilità ai disabili e l'usabilità in generale.

Una volta terminata questa fase, si può procedere all'analisi e alla strategia di **creazione dei contenuti** attuali e futuri che saranno presenti sul sito. Il Museo può mettere online pubblicazioni a stampa e cataloghi di mostre? Quali sono i permessi? E i copyright? Quali sono le regole sull'utilizzo delle immagini? E i file audio? Come avverrà l'aggiornamento dei contenuti? Il Museo può allocare delle risorse per l'aggiornamento delle informazioni? E quali sono le strategie di marketing già adottate dal Museo?

A questo punto si redige un “**design brief**” in cui si evidenziano i toni e i modi della presenza del Museo in rete, si descrive il pubblico target, quali sono i punti di forza del Museo, si annotano le caratteristiche già esistenti dello stile grafico e dell'immagine coordinata del Museo, si crea lo schema architeturale del sito, si tracciano le linee guida dell'accessibilità e delle attrezzature tecnologiche.

Appena il concept grafico e l'architettura delle informazioni del sito prendono forma, può iniziare la fase di creazione dell'interfaccia grafica in cui sia il designer che lo sviluppatore assicureranno tutte le funzionalità necessarie al pubblico target. Il **design** dovrà essere il più possibile user-friendly e accessibile ad un pubblico vasto, prendendo in considerazione anche quella fetta di pubblico che utilizza ancora vecchie tecnologie.

Come tutti i progetti, il planning di creazione di un sito web includerà non solo lo sviluppo e l'implementazione, ma anche la fase di promozione.

La **promozione** può essere sia tradizionale, tramite ad esempio mailing, stampa dell'indirizzo del sito sulla carta intestata, sulle locandine del museo, comunicati stampa, pagine pubblicitarie sulle riviste, ecc., sia online, con la segnalazione ai più importanti portali e motori di ricerca, scambio di link con siti affini, segnalazione nelle mailing list e nelle comunità virtuali potenzialmente interessate.

I musei campani su Internet

Giuliano Gaia

I musei della Campania rispecchiano la generale situazione italiana: vi sono molti musei dai contenuti interessanti, ma spesso poco valorizzati, sia per le piccole dimensioni, sia per una certa difficoltà dei musei stessi a promuoversi efficacemente. Naturalmente esistono delle eccezioni e questa breve panoramica vuole essere un invito a trasformare tali eccezioni in una norma, in una nazione che dai suoi beni culturali può trarre forza e speranza per il futuro. Questa pubblicazione rappresenta una selezione dei siti web e dei Musei segnalati su www.musei-it.net. (i migliori musei italiani in internet)

I siti web vengono presentati nella prima parte della guida, mentre nella seconda parte vengono evidenziati alcuni piccoli musei specializzati, per lo più sconosciuti al vasto pubblico, che invece rivestono un notevole interesse e che meriterebbero una adeguata valorizzazione.

Si rimanda sempre a www.musei-it.net per una raccolta più ampia e in continuo aggiornamento.

□ **Museo campano (Capua)**

www.museocampano.it

Il sito web del Museo campano di Capua è di recente realizzazione, dalla grafica curata e facilmente navigabile.

Tutte le caratteristiche di un sito museale avanzato sono state incluse: informazioni e fotografie sulle collezioni e sui servizi del Museo, una visita virtuale in Flash che permette di farsi rapidamente un'idea visiva dei contenuti del Museo, approfondimenti su temi specifici, la possibilità di iscriversi ad una newsletter per ricevere via posta elettronica le iniziative del Museo. Il sito è interamente tradotto in inglese, aspetto non trascurabile se si considera quanto maggiore sia l'uso di Internet nel Nord America e nel Nord Europa, e quanti turisti usino la rete per preparare itinerari e raccogliere informazioni sui luoghi da visitare.

□ **Museo Archeologico Nazionale (Napoli)**

www.archeona.arti.beniculturali.it/sanc_it/mann/home.html

Realizzare il sito di una realtà così vasta, importante e stratificata come il Museo Archeologico Nazionale di Napoli non è certo un'opera semplice. Il sito attuale è un po' datato sia nella grafica che nell'architettura delle informazioni, ma contiene almeno due aspetti interessanti. Il primo è una visita virtuale molto dettagliata, che permette di visualizzare i contenuti delle singole sezioni del museo. Il secondo aspetto significativo è dato dalla presenza di itinerari tematici, che possono essere uno strumento prezioso per preparare una visita ad una realtà vasta e ricca come il Museo Archeologico. Entrambi gli spunti meriterebbero forse di essere maggiormente sviluppati in una futura versione del sito.

□ **Museo dell'Opera di S.Chiera (Napoli)**

www.santachiara.info

Situato nel celebre chiostro maiolicato, uno dei capolavori più suggestivi di Napoli e dell'intera regione, il Museo dell'Opera di S.Chiera si propone con un sito piuttosto ricco di contenuto e dotato di servizi interessanti, come la prenotazione online dei biglietti e delle cards per l'ingresso. Dal punto di vista dei contenuti all'interno del sito è presente anche una guida multimediale al chiostro maiolicato.

□ **Museo Ferroviario di Pietrarsa (Napoli)**

www.microsys.it/pietrarsa

Il sito si presenta con una grafica molto curata. Il punto di forza sono la visita virtuale, chiara e veloce, e le schede tecniche di tutte le locomotive esposte, senz'altro utili per gli appassionati. In alcuni punti del sito, però, non sono state rispettate le norme di usabilità rispetto alla visualizzazione e alla stampa delle informazioni.

□ **Museo dell'Osservatorio Vesuviano (Ercolano)**

www.ov.ingv.it

Il sito del Museo dell'Osservatorio è inserito all'interno del ricchissimo sito dell'Osservatorio Vesuviano, che contiene una quantità davvero notevole di informazioni e servizi interattivi, compreso il monitoraggio in tempo reale dei vulcani campani e delle aree a rischio eruttivo. Anche la sezione del sito dedicata al Museo contiene molte informazioni sulle collezioni e sulla annessa biblioteca storica.

L'unica osservazione in qualche modo critica è che l'organizzazione ipertestuale delle informazioni rende a volte facile perdersi nei molti contenuti proposti; una diversa attenzione alla navigazione avrebbe forse facilitato l'orientamento del visitatore.

□ **Museo Archeologico di Pitheculae (Lacco Ameno)**

www.pitheculae.it

Il sito del Museo Archeologico di Pitheculae, nonostante la veste grafica molto datata, ha almeno un aspetto decisamente interessante e che ne ha comportato la segnalazione in questa sede: il fatto che il museo sia presentato in ben nove (!) lingue, compreso greco, arabo e giapponese. Il fatto che un museo così piccolo, grazie ad un accordo con l'Istituto Orientale di Napoli, sia riuscito ad offrire un servizio che spesso non è previsto neppure da musei molto più importanti e blasonati dimostra come in rete spesso la fantasia sia un elemento importante, anche al di là delle capacità economiche.

musei specializzati: identità esposte

Francesco Simone



I dinamismo di alcune strutture museali, il più delle volte con organici ridotti al minimo ma tanta caparbietà e voglia di proporsi all'esterno, è

sorprendente.

Da alcuni anni rivolgo il mio interesse per quelle che nel giusto possono considerarsi "identità locali" tradotte nell'arte dell'espone.

Un principio da condividere e da ottimizzare nelle forme (tante ed efficaci) possibili in rete. Questo settore che già trattavo per altri portali e siti specializzati ora è consultabile attraverso Musei-it secondo alcune nuove modalità che, e questo è il nostro auspicio, possano facilitare il maggior numero di questi “piccoli musei” (o se volete musei di nicchia) a raggiungere sempre piu’ fasce di pubblico sino ad oggi inedite. Permettere il continuo miglioramento della comunicazione verso l’esterno, credo possa essere una molla che crea quelle positive prospettive di sviluppo e crescita motivazionale del proprio organico interno. Lo strumento essenzialmente è quello della consultazione per regione e/o tipologia. Le schede di questi musei sono aperte alla consultazione e al miglioramento continuo da parte di ognuno. La linea di principio della **guida ai musei italiani** va piu’ che nella direzione di un elenco di siti dei musei specializzati, verso schede dai musei stessi modificabili. L’obbiettivo è porre le premesse perche ogni scheda museo possa essere liberamente modificata, aggiornata a piacimento (form suggerimenti). Qui possono trovare spazio le proposte e i commenti del visitatore come (e questo è il servizio a cui vogliamo mirare) la comunicazione del museo stesso. Se infatti i musei indicati nella VImp italiana di Giuliano Gaia hanno per la quasi totalità strutture organizzative medio grandi e proprie politiche di comunicazione esterna anche in rete, lo spazio della guida ai musei italiani parte da quei musei medio piccoli che non hanno un efficace strumento web per trasmettere il proprio messaggio e qui mi riferisco al caso in cui il sito internet non ha un proprio dominio, è ospite presso provider locali, è all’interno degli spazi del sito regionale o comunale con schede informative sintetiche. Condizioni che si legano anche a fattori di carattere economico e di personale poco specializzato. Se la VImp esprime e categorizza secondo principi di “buona accoglienza del visitatore” all’interno del sito del museo, la guida ci si auspica diventi una raccolta di “impressioni”, “un diario di viaggio-visita del visitatore” e assieme una condivisione dell’esperienza museo.

Un museo che adotti questa formula dirigerà il suo messaggio all'utenza di settore che da anni frequenta musei.it.

Un passo importante nell'analisi dei sistemi multimediali e tecnologici che meglio si adattano ai musei secondo principi e modelli che devono essere indubbiamente sempre ritagliati attorno allo specifico della singola realtà museale. L'interattività che è alla base dell'applicativo stesso faciliterà tutto questo.

Le impressioni "guida" infatti, sono solo una parte di un risultato che ci auguriamo non tardi ad arrivare: Le novità, gli eventi legati all'istituzione, esposizioni temporanee come estensioni delle collezioni, apertura di nuove sale, rinnovo di servizi aggiuntivi, ecc. tutte notizie che sarà possibile inserire a cura dell'utente fidelizzato al museo o dal responsabile comunicazione del museo stesso. Ogni suggerimento contribuirà a esprimere in fondo le caratteristiche dell'utente del museo e secondo l'uso di questo strumento gratuito la capacità che il museo ha (anche potenziale ed affinabile) di informare del suo operato.

□ **Museo della Civiltà contadina (Montefalcone di Val Fortore)**

www.valfortore.it/fortore/montefalcone/museo/museo.htm

Una sola esposizione (nel 1982) ha avuto il merito di far emergere un valore mai perso, quello della tradizione e dell'uso rurale. Solo un cambio dei termini di fruizione quindi, in ragione questa volta invece che dell'uso lavorativo, dell'esposizione in una collezione. Raggiunta la sua istituzione come museo Autonomo nel 1984, rappresenta senza dubbio la fierezza della civiltà campana. E' definito "il museo della civiltà contadina più ricco e importante d'Italia", e difatti il museo di Montefalcone di Val Fortore è oggi la più completa raccolta esistente dell'attrezzatura agricola e artigiana dell'Italia meridionale, il cui valore è sottolineato maggiormente dalla stessa conservazione nel paese medievale della riconoscibile matrice rurale, mai estintasi.

Circa 3000 pezzi su una superficie di 500 mq. Le sale tematiche ispirate alle tradizioni di sempre: così si avvicendano i percorsi del vino, del pastore, dei mestieri, del grano e del pane; degli attrezzi agricoli artigianali casalinghi usati nel passato dalla popolazione della Valfortore. Dalla gigantesca macchina da pasta costruita dal *mastro d'ascia* nell'ottocento al più antico esemplare di frantoio a forza animale, dai luoghi legati alla vita e all'attività dei pastori ai sistemi di lavorazione della terra in questa istituzione scientifica e nello stesso tempo, divulgativa delle memorie di un passato sofferto ma dignitosamente umano.

□ **Museo dell' attore napoletano (Napoli)**

www.interviu.it/avvenime/cultura/cultura05.htm

Attivo dal Dicembre 2000 a Napoli, nel sottopasso di Piazza Municipio c'è uno spazio dedicato alla figura che più di altre rappresenta la città partenopea: l'attore napoletano di ieri e di oggi. Totò, i Taranto, i De Filippo, i Maggio, Viviani, Scarpetta, Pica, Conte assieme ai Giuffrè, Rigillo Merola, Russo, Croccolo, Danieli, Scarpetta, De Filippo, Rucello, Mascia, Barra. Dalla richiesta di Pupella Maggio ecco l'esposizione dei cimeli che testimoniano l'arte dell'attore napoletano in un percorso di voci e musiche delle storiche rappresentazioni dei teatranti partenopei. Il mito del palcoscenico rivive nei manifesti e nei costumi custoditi simboli di saggezza e di sapere, di orgoglio popolare. Café chantant, avanspettacolo, sceneggiata sono solo alcune tappe di un museo che potremmo definire più che di oggetti di passioni esposte, di parole e gesti che appartengono al nostro linguaggio: gioia e dolore, ironia e disperazione; nei palcoscenici del Sancarolino, del San Ferdinando, del Salone Margherita, del Sannazaro, del Mercadante, del Nuovo, del Diana, del Bellini e dell'Augusteo, tutti testimoni di indimenticabili battute.

□ Museo didattico della Scuola Medica Salernitana (Salerno)

www.scuolamedicasalernitana.it/centrostudi/il_museo.htm

Allestito nell'antica chiesa di S. Gregorio nel centro storico di Salerno, per volere della Soprintendenza per i B.A.A.A.S. di Salerno e Avellino e del Centro Studi e documentazione della Scuola Medica Salernitana il museo è un repertorio didattico fatto di riproduzioni di documenti e miniature, della millenaria storia della Scuola Medica. I pannelli articolano un percorso sulla storia sintetica ma esaustiva della Scuola, dalle antiche testimonianze del X secolo alle circostanze che determinarono la formazione della tradizione scientifica salernitana, tra cui gli indirizzi culturali derivanti dalla tradizione monastica benedettina e, nello stesso tempo, dalla presenza laica nell'esercizio della pratica medica (nel 1138 fu fondato a Salerno l'ospedale di S. Biagio, gestito da laici). La sezione delle opere dei primi maestri salernitani, con le riproduzioni di codici e miniature, che illustrano le opere di Petrocello, Gariponto, Alfano I e Trotula De Ruggero, la famosa donna medico. La sezione dedicata a Costantino l'Africano con la conoscenza della medicina araba. La produzione scientifica dei secoli XII e XIII: ormai non più solo compendio della medicina classica ma elaborazione originale di testi, attraverso l'opera di Bartolomeo, di Nicolò, del maestro Ferrario, del maestro Salerno. Nel percorso espositivo vengono inoltre messe in evidenza le varie branche della medicina trattate: l'uroscopia, la chirurgia, l'oftalmoiatria, lo studio delle erbe. Una sezione, infine è dedicata al *Regimen sanitatis*, più che un'opera un manifesto ideologico, in cui sono raccolti i precetti igienici di sobrietà e morigeratezza propri alla dottrina scientifica salernitana.

□ **Museo di mineralogia (Napoli)**

www.cib.na.cnr.it/remuna/musun/min.html

Istituito nel 1801 da Ferdinando IV di Borbone e Maria Carolina risiede nella settecentesca Biblioteca del Collegio Massimo dei Gesuiti dalla fine del XVIII secolo dopo gli studi mineralogici finalizzati allo sfruttamento delle risorse minerarie del Regno di Napoli. L'ossatura dell'attuale patrimonio mineralogico proviene dai campioni per il concorso per studiosi di Mineralogia del 1789, raccolti in Transilvania, Galizia, Boemia, Germania, Isole Britanniche, Isole Orcadi ed Islanda.

Al valore delle collezioni si unisce quello della sede storica (Nel 1860 fu sede del seggio elettorale per la votazione sull'annessione al Regno d'Italia), ma l'estremo interesse sta nella consistenza numerica degli esemplari. Il più importante Museo Mineralogico italiano oggi ospita oltre 30.000 campioni suddivisi in sette collezioni principali: Generale, Vesuviana, Tufi Campani, Grossi Cristalli, Medagliere Vesuviano, Meteoriti e Strumenti Mineralogici. Da sottolineare: le pepite di oro dell'Africa orientale, di platino degli Urali, i diamanti del Sud Africa; la testa di satiro scolpita dal Canova in un campione di marmo di Carrara con quarzoci.

□ **Museo della carta (Amalfi)**

www.museodellacarta.it/home.htm

Patrimonio storico della civiltà meridionale quello della fabbricazione della carta che rivive nel museo Amalfitano. Gloria, viaggi e avventure. Un percorso nella storia di una lavorazione quella della "carta a mano" che ha la dignità di un'arte. La strada che porta alla Valle delle Ferriere raggiunge la sede di una interessante cartiera di proprietà del "Magister in arte cartarum", l'imprenditore Nicola Milano. Per sua iniziativa si avviano nel 1969 i primi lavori del Museo della Carta. L'allestimento inscena le tecnologie per la produzione della carta dove le macchine (magli a pila, macchina olandese, macchina continua in piano) sono

state rese nuovamente funzionanti per continuare a produrre, attraverso gli antiche mulini ad acqua sul torrente Canneto, l'antica carta "Bambagina" di Amalfi.

IL MUSEO CIVICO DI MONDRAGONE (CASERTA)

<http://museo.mondragone.net/>

Il Museo Civico di Mondragone ospita una serie di collezioni archeologiche, che va dall'età preistorica al medioevo, organizzate in quattro sale espositive.

La prima sala è interamente dedicata alla preistoria locale e ospita, numerosi ed interessanti, reperti litici riferibili al periodo dell'Aurignaziano (circa 23.000 anni a.C.).

La seconda sala, ubicata al piano superiore, ospita i reperti d'età protostorica ed arcaica ed in particolare, offre la possibilità di conoscere alcuni interessanti aspetti della cultura materiale degli Aurunci, una popolazione indigena, che viveva nella zona precedentemente alla conquista romana.

Di grande interesse la collezione di materiali d'età romana, provenienti dalla colonia civium romanorum di Sinuessa, fondata nel 296 a. C. e dal territorio falerno. I reperti sono ospitati in numerose vetrine ubicate sia al piano terra, sia al piano superiore e permettono, al visitatore, di avere una visione chiara di numerosi aspetti della storia sociale ed economica dell'antica città di Sinuessa. Di particolare importanza la collezione d'anfore vinarie e del medagliere con i suoi 200 esemplari di monete. Discreta anche la collezione epigrafica e degli altri oggetti della cultura materiale.

Particolarmente interessante è la sala grande, ubicata al piano terreno, a destra dell'ingresso, con il plastico e i materiali ceramici provenienti dalla Rocca medievale e dai villaggi di Montis Draconis. Il plastico rappresenta il castello, i villaggi e le cinte murarie della Rocca allo stato attuale. Tutto il percorso espositivo è corredato di pannelli didattici esplicativi che contengono varie informazioni sui materiali esposti e sui vari siti archeologici di provenienza.

Giuliano Gaia

laureato in Filosofia, è entrato nella rete nel 1994 con una tesi sulle comunità virtuali americane. Negli anni è stato responsabile del sito WWF Italia, web project manager in una web agency milanese, e dal 1998 si è occupato di musei e Internet, curando prima il sito del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano e poi la community Musei-it.
www.giulianogaia.net

Stefania Bojano

laureata in Lingue all'Istituto Orientale di Napoli, si occupa di Internet dal 1997. Web Designer presso Città della Scienza di Napoli, web project manager in una web agency milanese e successivamente presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano. Sviluppa con Giuliano Gaia il progetto Musei-it e crea gli incontri Web Match dedicati al web design.
www.stefaniabojano.net

Bruno Barsella

è Assistente Ordinario presso il Dipartimento di Fisica dell'Università di Pisa. Dal 1999 è responsabile tecnico della mailing list musei-it.
bruno.barsella@df.unipi.it

Francesco Simone

Consulenza per il turismo culturale, ricerca storica, valorizzazione di beni culturali, costituiscono parte delle sue attività dal 1995. Dal 1999 si occupa di comunicazione culturale in rete e scrive di musei e gallerie per portali e siti specializzati. Responsabile della guida ai musei italiani in musei-it
www.musei-it.net/musei

Pubblicazione realizzata con il contributo di:

POLIDORO S.r.l. – Comunicazione per i Beni culturali
Polidoro si distingue per la sua capacità di elaborare iniziative innovative nel campo della fruizione dei Beni Culturali. Crea strategie e progetti di comunicazione e valorizzazione turistica dei Beni Culturali. La sua offerta è rivolta ad Enti, Musei, Fondazioni, Biblioteche, aziende attive nel campo del patrimonio artistico e ad appassionati e cultori dell'Arte.

area2@polidoro.it

www.polidoro.it