



Segreteria organizzativa

associazione nazionale piccoli musei



associazione nazionale piccoli musei



Città di Monselice  
Assessorato alla Cultura

# VII Convegno Nazionale dei Piccoli Musei

[www.piccolimusei.com](http://www.piccolimusei.com)

*Musei accoglienti  
Comunicazione  
e accessibilità  
per i Piccoli Musei*

## Atti

**29-30 Aprile 2016**  
**Monselice (PD)**  
Museo Sanpaolo. Museo della Città



Saperepopolare  
EDIZIONI

[www.saperepopolare.com](http://www.saperepopolare.com)

*"Musei accoglienti: comunicazione e  
accessibilità per i Piccoli Musei"*

VII Convegno Nazionale dei Piccoli  
Musei

29-30 aprile 2016

Monselice (PD)

Atti del Convegno



© 2016 Saperepopolare Edizioni,  
Torino

Ebook **ISBN 9788898835041**

v1.0

*Questo ebook contiene materiale protetto da copyright e non può essere copiato, riprodotto, trasferito, distribuito, noleggiato, licenziato o trasmesso in pubblico, o utilizzato in alcun altro modo ad eccezione di quanto è stato specificamente autorizzato dall'editore, ai termini e alle condizioni alle quali è stato acquistato o da quanto esplicitamente previsto dalla legge applicabile. Qualsiasi distribuzione o fruizione non autorizzata di questo testo così come l'alterazione delle informazioni elettroniche sul regime dei diritti costituisce una violazione dei diritti dell'editore e dell'autore e sarà sanzionata civilmente e penalmente secondo quanto previsto dalla Legge 633/1941 e successive modifiche.*

*Questo ebook non potrà in alcun modo essere oggetto di scambio, commercio, prestito, rivendita, acquisto rateale o altrimenti diffuso senza il preventivo consenso scritto dell'editore. In caso di consenso, tale ebook non potrà avere alcuna forma diversa da quella in cui l'opera è*

*stata pubblicata e le condizioni incluse alla presente dovranno essere imposte anche al fruitore successivo.*

## Premessa dell'Editore

Con grande piacere *Saperepopolare Edizioni* ha colto l'opportunità di editare gli Atti dell'importante Convegno dell'Associazione Nazionale Piccoli Musei (il settimo della sua già ricca storia), tenutosi il 29 e 30 aprile dell'anno in corso nella bella Monselice (Padova), "terra di antiche atmosfere" come recita uno dei tanti siti di segno turistico dedicati alla cittadina veneta.

Del resto le tematiche affrontate durante l'incontro intrecciano argomenti a noi molto cari, situandosi perfettamente nel solco degli interessi editoriali di Saperepopolare. Di più, l'alta competenza dei relatori, inerente a materie di studio e ricerca diverse eppur così congruenti con il titolo del consesso, competenza unita alla variegata provenienza territoriale degli oratori, rendono questi *Atti* uno strumento di grande valore, su temi che, ne siamo massimamente convinti, indicano anche una direzione di marcia moderna e necessaria, un orizzonte preciso e suggestivo per il nostro futuro vivere civile.

*L'Editore*



# Saluti istituzionali



**Gianni Mamprin**

*Assessore alla Cultura e al Turismo - Comune di Monselice*

L'Associazione Piccoli Musei ha scelto Monselice per la VII edizione del Convegno Nazionale. E l'Amministrazione Comunale ha accolto immediatamente con grande entusiasmo la proposta di organizzare questo prestigioso evento a Monselice. Un grande onore per la nostra città, che, giusto per restare in tema, è sicuramente una piccola città ma con uno straordinario patrimonio storico-culturale, al pari dei Piccoli Musei di cui oggi si parlerà, piccoli scrigni che racchiudono enormi tesori e potenzialità. Monselice conta 8 realtà museali, dal Castello, uno dei siti monumentali più prestigiosi del Veneto, al Museo delle Macchine Termiche Orazio e Giulia

Centanin, un museo unico nel suo genere dedicato alle macchine motrici a vapore utilizzate nell'800 per la bonifica dei terreni paludosi, fino al museo delle Rarità Carlo Scarpa con pezzi unici del grande architetto e designer di origini veneziane e di fama mondiale. Il luogo in cui ci troviamo oggi, la chiesa di San Paolo, al termine dell'allestimento che è tuttora in corso, diventerà la sede del Museo Civico, il museo della Città, un'ulteriore preziosa presenza culturale aperta al pubblico, una grandissima occasione aggregativa di cui la città sentiva la necessità ed un ulteriore fattore di attrazione. Un luogo dove verrà narrato il passato del nostro territorio con agganci però al presente e

spunti per il futuro. Dobbiamo puntare molto, se non tutto sulla cultura. La cultura, l'arte, la conoscenza della nostra storia e delle nostre tradizioni, sono fondamentali per aprire nuovi orizzonti e nuove prospettive anche, cosa assai importante oggi, occupazionali ed economiche. Conoscendo la nostra storia e le nostre radici culturali abbiamo la possibilità di essere coscienti che la città ed il territorio in cui viviamo noi oggi sono da sempre luogo in cui sono transitate e si sono mescolate popolazioni e culture diverse, i segni di questi passaggi e di questi scambi culturali sono evidenti nelle numerose emergenze architettoniche e paesaggistiche, che

oggi costituiscono la base della nostra ricchezza storica, culturale e monumentale. Un patrimonio immenso, tangibile ed intangibile, che dobbiamo da un lato tutelare e dall'altro divulgare e trasmettere alle generazioni future. Da questo punto di vista quindi molto importante è anche il trattamento e l'elaborazione delle informazioni e della conoscenza che sono ormai divenute le risorse principali della nostra società complessa ed interconnessa. E benvengano dunque appuntamenti come questo, fucine di idee per stare al passo con i tempi nella gestione di quei luoghi, i musei, il cui ruolo principale è proprio quello della conservazione e valorizzazione dei beni

e delle informazioni relative alla storia e alla cultura di un luogo. I musei rientrano a pieno titolo tra le potenziali 'attrazioni' di una destinazione, essi contribuiscono a definire i caratteri identitari e distintivi di un territorio e quindi da un punto di vista turistico hanno, potenzialmente, tutte le caratteristiche per contribuire a distinguere – e quindi a scegliere – una destinazione rispetto a un'altra. Ma quanti musei oggi riescono ad essere effettivamente fattore di attrazione? Quanti musei in Italia e nel mondo riescono a convogliare flussi turistici? È evidente che per risultare 'attraenti' per il potenziale turista e visitatore necessitano di una nuova cultura gestionale. Ed è questo credo

anche l'obbiettivo di questo convegno. Fornire a noi amministratori e ai gestori di realtà museali gli strumenti e le idee per creare musei attraenti. Sono infine sicuro che questo Convegno, un evento quindi decisamente culturale, oltre ad essere punto d'incontro e di confronto per le realtà museali, per gli esperti e gli studiosi del settore e per gli amministratori, sarà una splendida occasione per promuovere Monselice. Già da giorni ne parlano giornali e blogger, gli ospiti che possiamo salutare qui oggi provengono da varie regioni d'Italia e dall'estero, mi auguro porteranno con sè un bel ricordo della nostra città e del nostro territorio, un ricordo che potranno trasmettere ad altri

attraverso quella che è una delle forme più importanti di promozione e divulgazione: il passaparola. Nel ringraziare tutti coloro che hanno collaborato alla buona riuscita di questo importante appuntamento - a partire dal Prof. Giancarlo Dall'Ara con i suoi collaboratori, Simonetta Pirredda referente locale dell'Associazione Nazionale Piccoli Musei, tutto lo staff dell'ufficio Turismo di Monselice, gli sponsor - auguro a voi tutti un proficuo lavoro, un ottimo soggiorno a Monselice e contemporaneamente un arrivederci a presto!

\* \* \*





**Francesca Ghedini**

*Dipartimento dei Beni Culturali – Università degli Studi di Padova*

Nel portare i saluti del Dipartimento dei Beni Culturali, desidero anzitutto ringraziare Simonetta Pirredda per l'invito, e complimentarmi con lei per essere riuscita a portare a Monselice il VII convegno nazionale dei Piccoli Musei, istituti che si stanno affermando, nonostante tutte le difficoltà

(economiche e gestionali), grazie alla loro potenzialità di sviluppare una rete territoriale alternativa ai grandi percorsi. Se è vero, come è vero, che la caratteristica saliente del patrimonio culturale italiano è quella della capillare diffusione sul territorio delle variegate testimonianze della nostra storia, i piccoli musei possono (e io credo che debbano) diventare lo strumento migliore per raccogliere queste tracce e raccontarle, sia usando parole semplici e dispositivi tradizionali (pannelli, didascalie...) sia mettendo a disposizione dei visitatori le nuove tecnologie (ricostruzioni virtuali, app, storytelling...). I piccoli musei possono divenire in tal modo luoghi della

crescita culturale e punti di incontro per la popolazione residente, per le scuole di ogni ordine e grado, ma anche per il turista curioso, che cerca esperienze meno scontate al di fuori dei circuiti tradizionali... Il futuro del nostro patrimonio culturale risiede nella nostra capacità di coinvolgere la popolazione e renderla partecipe dell'importanza di salvaguardare la storia dei luoghi in cui viviamo, che è fatta di monumenti (un'area archeologica, una strada, una villa, una chiesa...) e di tracce, indelebili ma non sempre perspicue.

Archeologia partecipata, insomma! Smettiamo (è un invito che rivolgo anzitutto a me stessa, ma poi anche a tutti gli addetti ai lavori), smettiamo i panni

togati dei sacerdoti della cultura, degli iniziati, delle vestali... cerchiamo di arrivare al cuore della gente! E questo si può fare meglio in un piccolo museo che nei nostri bellissimi grandi musei, dove sono raccolte le testimonianze più significative della nostra grande arte o della raffinata produzione di un artigianato di altissimo livello, spesso però scollegate dal territorio che li circonda. In un piccolo museo invece la maggior parte dei manufatti esposti proviene dai luoghi dove esso è ubicato e il visitatore può quindi ricreare, grazie anche alle ricostruzioni reali e virtuali di monumenti e contesti, il puzzle del divenire storico del paesaggio che lo circonda. I piccoli musei possono offrire

anche altre occasioni di crescita: accanto alle suggestioni create dalle esposizioni nelle varie sale, si potranno realizzare spazi destinati alla didattica e agli incontri con gli addetti ai lavori e gli appassionati, nonché laboratori che illustrino le tecniche per la conservazione e il restauro dei monumenti e manufatti oppure per ricreare la tradizione dell'artigianato antico. E il Veneto mi sembra aver colto questa occasione e accettato la scommessa di tentare di creare una rete di piccoli musei che costituiscano un filo ideale in cui trovare risposte alle domande e alle curiosità suscitate dalla ricerca del nostro passato. La rassegna dei titoli di questo incontro mostra che

nel nostro territorio c'è un movimento forte che ci auguriamo venga sostenuto dalla Regione, dagli Enti locali, dalle Fondazioni, ma anche dai privati. A tale proposito vorrei ricordare che in Italia c'è un importante strumento, l'Art Bonus, che consente di partecipare anche con donazioni molto limitate, le quali, e questo è un particolare non insignificante, possono essere detratte fino al 65% dal proprio imponibile. In tal modo chiunque può decidere di difendere il nostro patrimonio, destinando la cifra che può permettersi: sarà il donatore a decidere dove allocarla (per acquistare un monitor, una vetrina, per realizzare un calco...) e concorrerà, unitamente ad altri donatori

a realizzare l'obiettivo prescelto. Questa mi pare una opportunità importante per i piccoli musei, spesso sprovvisti di finanziamenti importanti.

Quindi auguri ai piccoli musei e buon lavoro a tutti!

\* \* \*



**Simonetta Pirredda**

*Project manager del Museo Sanpaolo. Museo della città e coordinatore APM per il Veneto*

Il Sanpaolo è attualmente chiuso al pubblico, poiché in corso di allestimento, e se ne prevede l'apertura completa entro il 2017. L'Amministrazione comunale di Monselice, in accordo con il team di progetto, ha deciso, tuttavia, vista l'importanza dell'avvenimento di aprire le sue porte per accogliere il VII Convegno dell'Associazione Nazionale Piccoli Musei.





*Fig. 1 Museo Sanpaolo. Una veduta dall'esterno*



*Fig. 2 Museo Sanpaolo. Uno spazio interno*

Il Museo, che si trova nel cuore del centro storico della cittadina di

Monselice, alle pendici dei Colli Euganei, è ospitato all'interno dell'antica chiesa di San Paolo, la cui fondazione si pone intorno al 750 d.C. Ancora adibita al culto nel 1948, la chiesa è stata svuotata di altari e arredi sacri nel 1956 e venduta al Comune con la raccomandazione di destinarla a scopi culturali. Nel corso dei cinquant'anni successivi si sono susseguiti molti progetti di restauro e valorizzazione, ma la vera svolta si è avuta tra il 2000 e il 2008, quando grazie agli scavi condotti dalla Soprintendenza Archeologica del Veneto sono state definitivamente messe in luce le strutture primitive della chiesa, risalenti all'alto Medioevo, e si

sono consolidate le conoscenze sulla più antica storia della città.

Nel 2006 l'Amministrazione comunale ha provveduto al restauro della chiesa e al suo parziale allestimento, rendendola completamente accessibile grazie alla costruzione dell'ascensore e a un sistema di passerelle e montacarichi e nel 2013, grazie a un finanziamento del GAL Patavino, ha deciso di rimettere mano all'allestimento e di trasformare San Paolo in Museo della Città. Un Museo che nelle intenzioni dei suoi curatori dovrà custodire e rendere fruibile l'importante patrimonio archeologico e storico-artistico della città, ma

soprattutto contribuire a mantenerne viva la cultura, l'identità, le tradizioni, diventando un luogo di aggregazione sociale e di produzione culturale. Un'istituzione attiva nella conservazione, creazione e diffusione di conoscenza, ma anche un punto di partenza per la scoperta del territorio euganeo e delle sue molteplici risorse storico-artistiche, paesaggistiche, enogastronomiche e immateriali.

Un Museo che si riconosce pienamente nella mission dell'Associazione Nazionale Piccoli Musei e che proprio per questo si è candidato ad accogliere il Convegno al quale ci accingiamo a partecipare,

convinto che accoglienza, accessibilità e volontà di comunicare con i propri pubblici siano valori fondamentali per le istituzioni museali del terzo millennio e soprattutto per i Piccoli Musei.

Benvenuti al Sanpaolo e buon lavoro a tutti !

<http://www.sanpaolomonselice.it/>

<https://www.facebook.com/sanpaolo1>

# **Prima Sessione**

## **Scenari e prospettive per i Piccoli Musei**



**Modera Aurora Di Mauro,**  
*Regione del Veneto, Sezione Beni Culturali –  
Ufficio Musei*



**Introduce *Giancarlo Dall'Ara,***  
*Presidente Associazione Piccoli Musei*



# **Piccoli musei: 10 mila racconti del nostro Paese**

Il dibattito sui Musei in Italia è oggi contrassegnato da un doppio binario:

- da un lato quello di pensare che si possano fare proposte valide contemporaneamente per tutti i musei, senza distinguere i Piccoli dai Grandi. Proposte dunque indifferenziate: “se vanno bene per i Grandi andranno bene anche per i Piccoli”. Un ragionamento

che non ha senso, e che non richiede spiegazioni o approfondimenti teorici particolari, perché non c'è curatore di un Piccolo Museo che non sappia bene che lui non ha in mano una “Galleria degli Uffizi in miniatura”, ma sta gestendo tutta un'altra cosa;

- dall'altro lato quella di invitare i Piccoli a diventare Grandi in termini dimensionali, una contraddizione in termini, che porterebbe i piccoli a scomparire.

Il risultato di questa situazione è che i Piccoli Musei non emergono, e in moltissimi casi vivono in una situazione “liminale”, mentre finiscono al centro del dibattito proposte “irricevibili”, come quella di Poli museali nei quali i

piccoli si annullano, o proposte come quelle che – con la scusa della razionalizzazione – invitano a chiudere i piccoli musei, rinunciando in tal modo alla possibilità di gestire i tesori custoditi nei Piccoli Musei, generando valore per il territorio e occupazione.

Oggi il mio compito è allora quello di ricordare perchè siamo nati, perché è importante salvare e anzi valorizzare ognuna delle 10 mila storie del nostro Paese, custodite e divulgate da ognuno dei piccoli musei italiani; e fare in modo, in futuro, che non si debba perdere neppure una di quelle storie.

1. Un piccolo museo non è una versione rimpicciolita di uno grande, ma

un concetto diverso di museo. Gli aspetti caratteristici di un Piccolo Museo sono:

- a. dimensione: spazi e risorse limitate,
- b. radicamento: stretto legame con il territorio e la comunità locale,
- c. racconto: capacità di offrire una esperienza originale della cultura locale, più coinvolgente (“oltre la visita”).

Dunque la definizione di “piccolo museo” non identifica solo una categoria dimensionale, non è solo questione di metri quadrati, ma indica una modalità di gestione che richiede un cultura gestionale particolare e competenze

specifiche, come quella di essere “porta di ingresso ad un territorio e alla sua storia”, narratore di luoghi, così da essere in grado di offrire esperienze originali; come è unica e ogni volta diversa, l’esperienza di immergersi nella cultura di un luogo.

1. L’attuale scenario è dunque segnato da un peccato originale che riguarda le norme relative ai musei che ancora oggi non distinguono tra piccoli e grandi musei. Detto in altre parole sarebbe come se, in altri settori, non si distinguesse tra artigiani e Industrie. Questa situazione ha generato norme per musei “ideali” che non esistono,

standard impossibili da rispettare da parte dei PM e che finiscono per escludere i PM da tante opportunità, compresi i finanziamenti. Più precisamente le norme attuali sono

**INADEGUATE**, perché il ruolo della risorsa umana non è centrale, il legame con la comunità locale è assente..., sono **INCOMPLETE**, ad esempio resta esclusa una funzione di base dei musei, strategica per i PM, quella dell'accoglienza, e **SBAGLIATE**, perché non distinguendo i grandi musei dai piccoli finiscono per penalizzare i Piccoli Musei con richieste impossibili.

2. In un Piccolo Museo la Risorsa Umana e l'Accoglienza sono centrali. L'identità di un PM dipende dalle persone che ci lavorano. Chi dà vita ad un museo sono le persone, chi accoglie sono le persone, chi anima, chi fa tornare i visitatori, chi divulga ... sono le persone. Ma nelle normative si confonde l'accoglienza con il ricevimento.
3. In questa situazione non si sa neppure quanti siano esattamente oggi i PM in Italia.
4. Anzi in questa situazione i PM non sono spinti ad "emergere" e a migliorare, ma a chiudere.
5. Senza norme semplici e percorsi

specifici per i Piccoli Musei non solo i PM faranno fatica a migliorare e riqualificarsi, ma fanno fatica ad aprire, ad accreditarsi - e in questo caso ad uscire dal non-luogo nel quale rischiano di trovarsi, e a restare aperti

6. E ora tocchiamo la questione degli Standard. Fino ad oggi l'attenzione è stata incentrata prevalentemente sui requisiti che rappresentano le pre-condizioni per essere museo più che i requisiti che rappresentano le le condizioni, perché “acquisire, conservare, esporre le opere” è la precondizione per essere un museo,



ma le funzioni di un museo riguardano anche l'utilizzo che si fa di questi beni, le relazioni con i visitatori, con il territorio, con la comunità locale, con i gestori, ... E' su queste funzioni che occorre spostare di più l'attenzione. Come è noto gli standard utilizzati in Italia sono stati ripresi acriticamente dalle esperienze internazionali, ma *il nostro Paese ha un leadership nella cultura, e tocca a noi pensare a nuovi standard quando quelli in uso non sono adeguati a rappresentare la nostra realtà, che si caratterizza proprio per una presenza predominante dei Piccoli Musei.*

In altre parole non si scrivono le regole, gli standard, senza prima aver delineato una identità chiara, altrimenti saranno gli standard a diventare l'identità. Così i piccoli musei non vanno valutati in base al numero dei visitatori o agli orari di apertura, ma in base alle specificità che li caratterizzano, e alle loro esigenze funzionali: il rapporto con la comunità locale, il rapporto con il territorio, la capacità di essere più accoglienti, e di offrire esperienze che immergano il visitatore nella cultura del luogo....

7. Gran parte della **cultura gestionale** pensata su misura dei grandi musei, difficilmente si adatta alla realtà

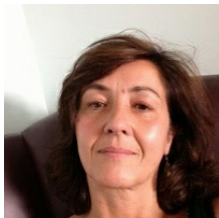
dei PM. Così pure il marketing e la comunicazione, che non possono essere quelli dei grandi musei, “in scala ridotta”!

8. I grandi musei in Italia sono poche centinaia, i PM sono oltre 10 mila, va da sé che se i PM decidono di muoversi assieme non c'è storia, come ha mostrato anche l'ultima edizione di #Museumweek.

Naturalmente ci si può muovere assieme, Piccoli e Grandi, e sarebbe auspicabile, a patto che si riconosca la propria identità, altrimenti nell'incontro con l'altro ci si annulla. Che è quello che accade oggi ai PM.

Per questo i Piccoli Musei non vogliono crescere in dimensione, vogliono crescere in considerazione.

# I grandi numeri dei piccoli musei: prospettive



**Valeria Minucciani**

*Professore Aggregato Architettura degli Interni, Allestimento e Museografia*

Vorrei portare l'attenzione sui *grandi* numeri dei *piccoli musei*, a partire dall'ultimo censimento dell'ISTAT effettuato nel 2011 e relativo a musei, aree archeologiche e monumenti.

Quella rilevazione<sup>1</sup> comprendeva «oltre ai musei, istituti assimilabili...»<sup>2</sup>. Ne censì 4.588 e insistette sulla chiara distinzione tra musei *molto grandi* e musei *piccoli e piccolissimi*. Chiarì che nemmeno l'1% dei musei italiani totali poteva essere considerato *grande* (più di 500.000 visitatori annui), mentre il 75% era costituito da strutture di

dimensioni “piccole e piccolissime” (meno di 10.000).

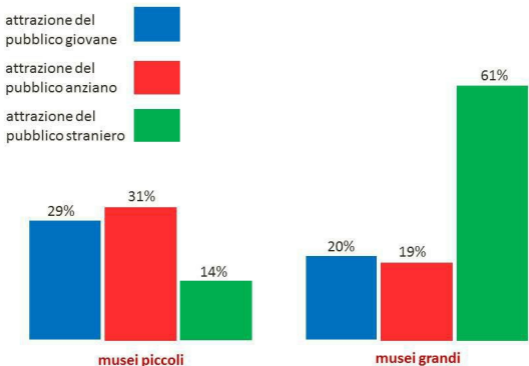
La distinzione era confermata dalle collezioni (i grandi musei custodivano oltre 50.000 oggetti , i piccoli meno di 100), dalle risorse umane (i grandi avevano in media quasi 80 addetti, i piccoli poco più di uno e molti non ne avevano affatto) e dalle risorse finanziarie: se il 30% dei musei italiani accedeva a finanziamenti pubblici, per i piccoli la percentuale scendeva a 17. Il 52% dei grandi beneficiava di finanziamenti privati contro il solo 9% dei piccoli. E solo poco più del 30% dei musei totali incassava con i biglietti di ingresso più di 20.000 euro annui. Infine, il 51% dei grandi generava

proventi con i cosiddetti servizi aggiuntivi, contro il 10% dei piccoli.

Dunque i grandi musei vantavano grandi numeri, mentre i piccoli si attestavano su cifre molto più ridotte.

Però i rapporti si invertivano passando a fattori più specificamente qualitativi. Ecco che, indagando il rapporto con il territorio, i numeri dei piccoli musei crescevano e quelli dei grandi si riducevano drasticamente: solo il 6% dei grandi forniva indicazioni sulle altre risorse culturali presenti nel territorio, contro ben il 40% dei piccoli.



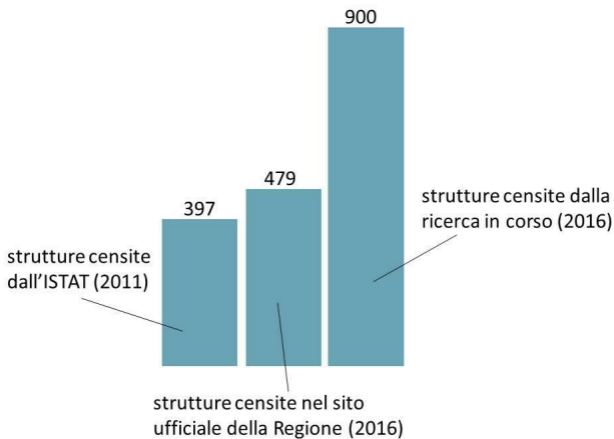


***Foto 1: Censimento ISTAT 2011:  
l'articolazione del pubblico nei piccoli  
e grandi musei (elaborazione di  
Valeria Minucciani)***

E se quell'1% di grandi musei assorbiva da solo quasi la metà del pubblico totale, e decisamente più stranieri dei piccoli, questi attiravano di più i giovani e gli anziani. Pertanto anche i piccoli musei erano capaci di produrre grandi numeri.

Ma che cosa è successo nel frattempo? Vediamo l'esempio del Piemonte, dove l'ISTAT censì 397 strutture museali nel 2011. A soli cinque anni di distanza, nel 2016, il sito ufficiale della Regione ne riporta ben 479. Ma i numeri diventano addirittura sorprendenti se si considera che una ricerca a tappeto che sto conducendo ha rilevato a oggi ben 900 strutture museali. Possiamo, del tutto provvisoriamente,

dedurne che i musei oggi in Italia sono *più del doppio di quelli censiti dall'ISTAT nel 2011* e sono presumibilmente *più di diecimila*, di cui non più di cento possono definirsi *grandi*? Ecco dunque che i grandi numeri dei piccoli musei si delineano ancora meglio.



*Fig. 2 I numeri dei piccoli musei: il caso del Piemonte*

Verificando sul campo questo grande patrimonio semi sommerso emergono anche notevoli criticità.

Citiamo tre casi in Piemonte. Il primo è il Museo Egizio di Torino, ristrutturato con oltre 50 milioni di investimento per oltre 6.000 metri quadrati di superficie per quasi 40.000 pezzi, capace di attirare nell'ultimo anno più di un milione di visitatori. Il secondo è il Museo dei Pelassiers, in una baita ad alta quota ad Elva, Valle Maira: custodisce in pochi metri quadrati la memoria di un mestiere del

passato, il raccoglitore di capelli, storia unica e fragile. Il terzo è il MACAM di Maglione, piccolo paese tra Torino e Asti: a ogni angolo di strada rivela opere d'arte contemporanea (fra gli altri, di Giò Pomodoro, Ugo Nespolo, Armando Testa, Piero Gilardi, Maurizio Cattelan): è un vero Museo all'Aperto con quasi 150 opere, riconoscibili da un apparato didascalico minimale e con indicazioni di percorso.



***Fig. 3** Elva (Cuneo, Valle Maira),  
Museo dei Pelassiers: vista  
dell'interno*



***Fig. 4** Maglione (Torino), MACAM  
(Museo d'Arte Contemporanea  
all'Aperto di Maglione): scorcio di via  
Cavour*

Ebbene, è chiaro a tutti che i tre casi qui citati non possono essere chiamati con lo stesso nome, ma secondo la definizione di legge essi *sono da considerarsi la stessa cosa*. Credo che questo sia giusto, perché tutte queste istituzioni rispondono alla medesima *mission*, ma credo anche che sia profondamente sbagliato, per motivi evidenti a tutti.

Quali sono dunque i caratteri di un piccolo museo? Certamente quantitativi (collezioni, spazi, addetti, orari, risorse, visitatori limitati - ma non necessariamente tutto ciò insieme) ma anche qualitativi: difficoltà e debolezze (personale senza ruoli ben precisi, mancanza di servizi aggiuntivi,



schedature carenti, condizioni di conservazione non ottimali, povertà degli allestimenti - ma non necessariamente tutto ciò insieme); ma anche potenzialità e punti di forza (rapporti stretti con il territorio, risorse umane appassionate, creatività, accoglienza del pubblico, utilizzo sapiente del web 2.0). Affermiamo dunque che la piccolezza non è una negazione o una limitazione, ma è un carattere peculiare del museo che ne fa una categoria a sé. Nonostante la loro rappresentatività<sup>3</sup>, la tendenza è quella di sottovalutarli e penalizzarli. Si veda la *vexata quaestio* degli standard museali, espressamente applicabili a «musei di ogni e qualunque

appartenenza»<sup>4</sup>. In Piemonte si applicano i medesimi parametri di valutazione per il museo Egizio, il Museo dei Palessiers e il Museo di Maglione: debbono tutti, per esempio, avere aree per carico/scarico merci e per carico/scarico collezioni; avere servizi igienici riservati per il personale; gestire un'attività espositiva temporanea; condurre ricerche sul territorio (ma credo che l'assunzione di responsabilità nel rapporto museo-territorio debba essere reciproca, nello spirito che ha indotto ad accorpare in un unico Ministero la Cultura e il Turismo). Né possiamo risolvere la questione rimandando agli standard di sistema<sup>5</sup>.

Un altro esempio che evidenzia le criticità di un approccio ai musei che non consideri le peculiarità diverse di “piccoli” e “grandi” è la Carta delle Professioni museali, pur non cogente: esplicitamente rivolta a tutti i musei e nata da un’esigenza assolutamente condivisibile, prevede professionalità specifiche inerenti collezioni; amministrazione; pubblico; strutture, allestimenti e sicurezza<sup>6</sup>. Ancora una volta, è difficile pensare non solo come le piccole strutture siano in grado di garantire una gestione così articolata, ma proprio se questa sia per loro la più opportuna. Ritengo invece che le professionalità di cui i piccoli musei necessitano debbano essere flessibili:

quell'unico addetto di cui dispongono in media, secondo l'ISTAT, dovrebbe conoscere la normativa e i principi amministrativi; sapere di museologia e museografia, di catalogazione informatica, di servizi al pubblico; ma anche come accedere a finanziamenti ed elaborare progetti di valorizzazione.

Certamente vi sono alcuni requisiti che i piccoli musei debbono garantire: la catalogazione; una minima attività di ricerca; la massima accessibilità; sinergie con il territorio; sicurezza; divulgazione. Ma occorre anche garantire ai piccoli musei alcune cose: un loro riconoscimento del loro ruolo e della loro identità; una valutazione oltre il semplice numero di accessi; norme

specifiche; risorse dedicate; formazione dedicata; appoggio istituzionale.

Soltanto una rivoluzione di pensiero, anche a livello normativo, può garantire futuro e sviluppo ai piccoli musei.

## BIBLIOGRAFIA

- ISTAT 2013, *I musei, le aree archeologiche e i monumenti in Italia*, Roma
- MIBAC, D.M. 10 maggio 2001, *Atto di Indirizzo sui criteri tecnico scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei*
- Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM per Aspen

Institute Italia 2013, *I sistemi  
museali in Italia*, Roma-Milano

**Nella botte piccola...:  
#MuseItaliani, in  
“navigazione” verso un  
Sistema museale nazionale**



**Valentino Nizzo**

*Funzionario Archeologo*

*Ministero dei Beni e delle attività culturali e  
del turismo*

*Direzione Generale Musei - Servizio II*

1. Il sistema museale nazionale è finalizzato alla messa in rete dei musei italiani e alla integrazione dei servizi e delle attività museali.
2. *Fanno parte del sistema museale nazionale i musei statali, nonché, tramite apposite convenzioni stipulate con il direttore del Polo museale regionale territorialmente competente, ogni altro museo di appartenenza pubblica o privata [...].*



3. *Il sistema museale nazionale si articola in sistemi museali regionali e sistemi museali cittadini, la cui costituzione è promossa e realizzata dai direttori dei poli museali regionali. [...].*

I tre commi che compongono l'art. 7 del cosiddetto *Decreto Musei* (D.M. del 23 dicembre 2014) sopra citati costituiscono, com'è ormai ben noto, una delle innovazioni più significative della rivoluzionaria riorganizzazione che ha interessato negli ultimi due anni il MiBACT, con effetti più o meno dirompenti anche sulle realtà non statali

che compongono il nostro paesaggio culturale.

La definizione di un “*sistema*” allargato fino a comprendere ogni realtà di appartenenza pubblica o privata è, infatti, senza precedenti nel panorama nazionale e, fino a pochi anni fa, sarebbe stata considerata probabilmente una pura e semplice utopia, in un Paese caratterizzato da logiche di campanile, con poca propensione a perseguire obiettivi integrati di valorizzazione.

Eppure, questa utopia è oggi divenuta realtà, almeno sul piano normativo, visto che la sua attuazione dipenderà dalla buona volontà di chi è chiamato a costruire questo sistema: *in primis* la neo-istituita *Direzione*

*generale Musei*, con funzioni di indirizzo e di coordinamento su quegli uffici periferici, i *Poli museali*, che hanno il compito concreto di dare forma e sostanza alle reti territoriali prefigurate nel decreto.

Un compito senz'altro gravoso, reso al momento particolarmente difficile dalla riorganizzazione che sta impegnando il Ministero, soprattutto a livello periferico, stravolgendone radicalmente l'assetto sia sul piano tecnico-scientifico che su quello territoriale, dapprima con l'istituzione dei *Poli* e dei *Musei autonomi* (con funzioni legate essenzialmente alla valorizzazione) e l'accorpamento delle *Soprintendenze* storico-artistiche con



*Fig. 1: L'organigramma ufficiale del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo. Da: <http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia>*

Un processo non semplice da comprendere per gli esterni, ma che ha posto non pochi problemi sul piano attuativo, particolarmente gravosi per un organismo che, a causa della *spending review*, si è progressivamente indebolito per il mancato *turn over*<sup>7</sup>.

Eppure è evidente che, almeno sul piano della valorizzazione, la riforma in atto ha introdotto delle innovazioni di carattere gestionale che dovrebbero consentire finalmente di perseguire quegli obiettivi costituzionali di

promozione culturale (“*La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura [...]*”, come si ricorderà, è l’incipit dell’art. 9 della *Costituzione*) da molti (specie i teorici della riforma) ritenuti colpevolmente sviliti a vantaggio dei superiori fini di tutela (“[...] *Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione*”, prosegue lo stesso art. 9).

Se consideriamo, infatti, che ai sensi del *Codice dei beni culturali e del paesaggio* (artt. 111 e 6 del D.Lgs. 42/2004 ss.mm.ii.), la valorizzazione si consegue mediante la “*costituzione ed organizzazione stabile di risorse, strutture o reti [...], finalizzate all’esercizio delle funzioni ed al*

*perseguimento” di finalità “dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio stesso, anche da parte delle persone diversamente abili, al fine di promuovere lo sviluppo della cultura”,* risultano abbastanza evidenti gli obiettivi che hanno indotto il legislatore a prefigurare la nascita di un sistema museale articolato su basi regionali e locali. Di fondo, infatti, vi è almeno in parte l’esigenza di superare quei meccanismi a volte eccessivamente esasperati che, a partire dalla fine degli anni ’90 (con le riforme Bassanini, con il D.Lgs. 112/1998 e con la riforma

istituzionale del 2001), hanno prodotto una redistribuzione dei compiti in materia di tutela e valorizzazione tra Stato, regioni ed enti locali, facendo sì che la sfera della valorizzazione divenisse prerogativa degli enti locali per essere demandata a specifiche normative di iniziativa regionale<sup>8</sup>.

Con conseguenze più o meno evidenti nella gestione del nostro patrimonio, sospeso in una condizione di sostanziale 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) a confrontarsi con i meccanismi non sempre agevoli e



appaganti della valorizzazione e della gestione dei luoghi della cultura.

Una situazione che ora, con la creazione di organismi preposti al coordinamento delle attività di valorizzazione e al superamento delle fin troppo diffuse logiche contrappositive esistenti tra pubblico e privato e tra singoli enti locali, dovrebbe risolversi, favorendo la configurazione di reti culturali territoriali, anche col concorso diretto di tutti i cittadini<sup>9</sup>.

La definizione adottata nell'art. 1 del *Decreto Musei*<sup>10</sup> sembra andare in questa direzione, facendo propria la riflessione pluridecennale sviluppata in proposito dall'ICOM ed ammettendo

fini come quelli legati al *diletto* che, finalmente, aprono la porta a modalità di fruizione più vicine alle esigenze e alle aspettative del pubblico. Non solo, dunque, scopi educativi o scientifici, ma anche quella componente costruttivamente edonistica che contribuisce a rendere l'esperienza di fruizione più efficace e coinvolgente, calando i nostri luoghi di cultura in una dimensione quotidiana e favorendo la formazione con l'ausilio del piacere, dell'emozione e del divertimento (*Experiential Learning*).

Le relazioni che in questa sede si sono succedute dimostrano ampiamente che principi come quelli precedentemente riassunti costituiscono

da tempo l'esperienza quotidiana di chi vive e opera con passione nel settore museale, indipendentemente dalla natura, dalla connotazione amministrativa o dalle dimensioni della struttura che rappresenta. Ed è proprio nel superamento di cesure e contrapposizioni come queste e nella costruzione di sistemi territoriali coesi e cooperativi che ritengo, si condensi la sfida culturale che ci aspetta nei prossimi anni.

Un'utopia che potrebbe non essere più tale se fossimo in grado di dare sostanza e attuazione ai valori messi in campo dalla *Convenzione di Faro*, dal nome dalla località portoghese dove il

27 ottobre 2005 si è tenuto l'incontro che ha aperto alla firma il documento<sup>11</sup>.

Un testo che si fonda sul concetto che la conoscenza e l'uso dell'eredità culturale rientrano fra i diritti dell'individuo a partecipare liberamente alla vita culturale della comunità e a godere delle arti, così come sono sanciti nella *Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo* (Parigi 1948, art. 27, comma 1) e garantiti dal *Patto internazionale sui diritti economici, sociali e culturali* (Parigi 1966, art. 15).

Partendo da questi presupposti la *Convenzione* ha spostato per la prima volta l'attenzione dalle *cose* alle *persone*, focalizzandosi sul loro rapporto con l'ambiente circostante e

sulla loro partecipazione attiva al processo di riconoscimento dei valori culturali. Una visione compiutamente scandita dalla definizione, sin dall'art. 2, dei concetti che costituiscono i cardini dell'intero documento e che, di seguito (i grassetto sono miei), propongo nella versione originaria del testo:

“a cultural heritage is a group of resources inherited from the past which people identify, independently of ownership, as a reflection and expression of their constantly evolving values, beliefs, knowledge and traditions. It includes all aspects of the environment resulting from the interaction between people and places through time;

a heritage community consists of people who value specific aspects of cultural heritage which they wish, within the framework of public action, to sustain and transmit to future generations.”

Il riferimento a valori immateriali in costante evoluzione così come l'introduzione del concetto di *heritage community* o il semplice ricorso al verbo *to wish* (*desiderare*) hanno a mio avviso una portata rivoluzionaria. Definizioni come queste aprono a un futuro che, se attuato, ci coinvolgerà in una percezione completamente diversa del patrimonio, in cui il desiderio di partecipazione potrà, almeno in parte, sovvertire le logiche di gestione e di

fruizione fino ad ora adottate, per promuovere forme sane e costruttive di valorizzazione del nostro comune retaggio culturale in grado di coinvolgere da protagonisti cittadini finalmente consapevoli di essere parte di una comunità di eredità.

Ma è proprio nella “dematerializzazione” e “delocalizzazione” del concetto stesso di Museo – e, conseguentemente, con esso, anche di quello di patrimonio – che è possibile ravvisare una delle innovazioni più profonde poste in essere dalla *Convenzione* e dal contesto culturale in cui essa si iscrive, le stesse che, ritengo, potrebbero consentirci di rafforzare quei legami tra tutela e

valorizzazione e tra musei e territorio che, per effetto della riorganizzazione, molti temono possano essere irrimediabilmente spezzati.

Semplicemente perché un “buon museo” è tale non solo in virtù delle sue collezioni, ma dei valori immateriali che veicola e delle buone pratiche che mette in atto per divulgarli, assumendo i connotati di un vero e proprio presidio culturale territoriale, in grado di rendere i cittadini protagonisti attivi di quella comunità che un museo dovrebbe sempre idealmente incarnare.

In questo consiste il “vino buono” e l’auspicio che, in questa sede, rivolgo a ogni “museo”, grande o piccolo che sia.



## BIBLIOGRAFIA

- CARMOSINO C. 2013, *La Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società*, in *Aedon* 1, 2013  
<<http://www.aedon.mulino.it/archivi>  
*vidi* 25.06.2016
- CASINI L. 2016, *Ereditare il futuro. Dilemmi sul patrimonio culturale*, Bologna.
- 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

2012, pp. 117-134.

- MONTANARI T. 2015, *Privati del Patrimonio*, Torino.
- VOLPE G. 2015, *Patrimonio al futuro. Un manifesto per i beni culturali e il paesaggio*, Milano.

**Seconda Sessione**  
**Piccoli Musei tra identità e**  
**strategie di comunicazione**

**Piccoli musei:  
comunicare una persona o  
un brand?**



**Giampaolo Proni**  
*Semiologo*

Presenterò l'analisi di due siti web di piccoli musei, uno privato e uno comunale: il *Museo dei Tasso* di Camerata Cornello in provincia di Bergamo e il *Museo degli Sguardi* di Rimini. L'analisi è stata condotta nella versione che i due siti mostravano il 25 e 26/4/2016.

Il primo è fatto bene, il secondo è fatto male. Con questo non intendo dire che il privato è meglio del pubblico. Dipende.

Nel 1999 uno dei testi profetici della comunicazione, il Cluetrain Manifesto, diceva (tra le altre cose): "Conversations among human beings sound human. They are conducted in a human voice."

[ ] People recognize each other as such from the sound of this voice”, (<http://www.cluetrain.com/> consultato il 31/5/2016).

Quello che voglio mostrare con questi esempi è che la comunicazione su internet (e non solo) funziona se parla con una voce umana. Ciò vale per ogni soggetto e vale in particolare per i piccoli musei, che non si propongono come istituzioni monumentali, quali i grandi musei, ma hanno la necessità di instaurare un dialogo con i loro utenti.

Il sito del *Museo dei Tasso*, pur non impostato in modo completo secondo questi principi, si presenta come voce umana, mentre quello del *Museo degli sguardi* è privo di personalità. Molto

velocemente vediamo perché. Non ho analizzato né i contenuti né la grafica.

<http://www.museicomunalirimini.it/n>

<http://www.museodeitasso.com/muse>

MUSEO DEI  
TASSO

MUSEO DEGLI  
SGUARDI

È una pagina nel sito dei musei comunali, non un sito a parte.

HOME: 8 link con icona; tre partner, cinque associati.

1: errore (ma la pagina esiste, è interna al sito);

3 riportano alla home;

HOME: 3 link icone.

1: pagina stesso sito museo della città;

2: domus del chirurgo;

3: stessa pagina.

1: altra pagina del sito;  
3: esterni.

LINK PRINCIPALI (struttura del sito) 8 categorie, 25 sub-categorie. Menu con apertura a tendina.

LINK PRINCIPALI (struttura del sito) 3 categorie; 9 sub-categorie.(di cui 3 vuote).

Alcuni contenuti però sono comuni a tutti i musei comunali. Il link alla pagina “collezioni donazioni” e “il restauro” portano a una pagina vuota. Alla pagina “archivi” si trova un link a una Tribal ArtPrice: Banca dati arte tribale che dà errore . Lo stesso link si trova al primo livello



	<p>si trova al primo livello (home del museo).</p>
<p>DOVE manca Google, indicazioni precise e dettagliate solo scritte. C'è una cartina illustrata poco leggibile. In compenso vi sono link interni ad altri borghi e luoghi del territorio.</p>	<p>DOVE SIAMO: indicazioni brevissime e del tutto insufficienti, nessuna cartina)</p>
<p>CONTATTI: telefono, possibilità di mail, di</p>	<p>CONTATTI: telefono del museo e mail comune di tutti i musei</p>

<p>inviare mail direttamente dal sito.</p>	<p>comunali</p>
<p>CALENDARIO, ORARI E PREZZI Orari di apertura: 30 ore settimana, 2 gg chiusura, chiuso Natale. Giorni di apertura straordinari comunicati sul sito.</p>	<p>CALENDARIO, ORARI E PREZZI Orario estivo 2016 di 14h e 15' a settimana. Aperto festività natalizie.</p>
<p>PREZZI: Ingresso gratuito;</p>	<p>PREZZI: Ingresso gratuito</p>
<p>NEWSLETTER: sì; Facebook sì; Twitter sì</p>	<p>NEWSLETTER: no, Facebook e Twitter in comune con gli altri</p>

Twitter si.

comune con gli altri musei comunali.

APPROFONDIMENTI  
(link home  
'strumenti')

È presente una biblioteca ed è disponibile il catalogo (PDF), sono disponibili archivi, con documenti in copia a originale, con link alla loro provenienza. C'è una pagina di link utili sul tema della storia postale.

APPROFONDIMENTI  
La pagina 'archivi è vuota', a parte il link che dà errore a una banca dati sui prezzi dell'arte primitiva. Pur essendo il tema molto ampio, e pur avendo Rimini una ricca biblioteca comunale, manca qualsiasi indicazione. Nella pagina 'Missione' (sotto 'storia') si trova il link a una tesi sulle calzature nelle culture africane. Il documento è privo di frontespizio, perciò non si può

	<p>capire né quando, né dove l'autrice si è laureata.</p>
<p>VISITE GUIDATE: costo un euro a persona; sono indicate anche visite ai borghi limitrofi.</p>	<p>VISITE GUIDATE: pur essendo previste per domus e museo comunale, non lo sono per il Museo degli Sguardi.</p>
<p>RICERCA: viene presentato un progetto che prevede accordi con le università di Innsbruck e Valencia.</p>	<p>RICERCA: nessun riferimento.</p>
<p>BOOKSHOP: esiste</p>	<p>BOOKSHOP: nessun</p>

un bookshop online, con consegna ‘a mano’, con numerosi prodotti non solo editoriali, ma anche cartoline e medaglie.

riferimento, tranne un pdf, sotto il link ‘servizi’, datato 2011, che riporta un elenco bibliografico, senza immagini e non ordinato per temi, relativo a tutti i musei comunali.

STAFF:  
Direttore;  
Responsabile dei servizi educativi;  
Conservatore;  
Segreteria organizzativa, attività culturali e comunicazione.

STAFF: nessun riferimento, non vi è il nome di nessuna persona neppure nelle pagine dei musei. Le uniche persone citate sono le curatrici del PDF con la bibliografia. Vi sono i nomi del presidente e dei membri del Comitato Ordinatore

(Marc Augé) (con l'accento sbagliato).

ALTRE LINGUE:  
traduzione  
parziale in  
inglese e  
tedesco.

ALTRE LINGUE:  
traduzione quasi  
integrale in inglese.  
Particolarità: la pagina  
sulla mostra Eric  
Tournaire  
"Cosmogonie e  
leggende d'Africa" del  
2009 si trova in  
italiano nella pagina  
'catalogo/mappa' in  
alto, in inglese nella  
pagina 'archives'. In  
italiano vi sono tre  
immagini ingrandibili,  
in inglese no.

NOTE: vi è del testo

	ripetuto due volte (In La storia, e in catalogo/mappa /presentazione di Marc Augé)
--	--

**Museo degli sguardi:** esprime mancanza di ‘cura’ (care). La ‘cura’ è una caratteristica umana. Gli esseri umani hanno cura di ciò che amano, di ciò che gli rende, di ciò che crea relazioni positive con altri esseri umani, insomma di ciò che sentono vicino, proprio. Il sito è abbandonato, privo di aggiornamenti, non curato. I suoi aspetti positivi, soprattutto l’importante personalità del progettista (Marc Augé) e l’originalità dell’idea non sono

valorizzate. Non c'è neppure una biografia dello studioso. Manca una personalità, così come, secondo lo stile di gestione dei servizi pubblici italiani, non viene presentato uno staff, non c'è un nome di persona, non c'è 'persona'. Nel sito dei musei comunali manca persino il nome del direttore. E' una comunicazione 'di nessuno', e di conseguenza non parla con voce umana. E' come un segnale di sosta vietata. E' lì per dire che c'è, che è stato fatto un sito. E basta. Ogni contatto personale viene evitato, come se fosse pericoloso.

**Museo dei Tasso:** non è un progetto straordinario, nessun artificio tecnico o spettacolare, alcuni errori e ingenuità.



Ma si vede l'impegno, la passione, la volontà di dare qualcosa a chi lo naviga, la cura di un servizio per renderlo meglio che si può. Tutto quello che il *Museo dei Tasso* è e fa ci viene messo davanti, con semplicità e completezza. Non c'è uno scaffale o un cassetto dentro il quale non possiamo curiosare. E abbiamo diversi modi di interagire.

**Conclusioni:** viviamo nell'epoca della comunicazione globale e continua, e a volte pare che comunicare richieda artifici e complicate alchimie, alta tecnologia e effetti speciali, budget astronomici e testimonial miliardari. Non è vero. Quando entriamo in comunicazione la prima cosa che

cerchiamo è la sincerità. Eco espresse un concetto geniale quando definì i segni come ciò che può essere usato per mentire. Ma proprio per questo, la prima cosa che cerchiamo nei segni è la verità. E la verità è la voce umana, la persona nella sua semplicità. Senza la possibilità di dire la verità la comunicazione non esisterebbe. Oggi i contenuti dei media sono trapassati nell'iper-realismo. Ogni contenuto è esaltato, ingrandito, colorato, gonfiato, spesso attraverso la grafica digitale. Il risultato è un regime della menzogna che porta i consumatori a diffidare sempre più del marketing. Il calo della domanda mondiale è anche derivato da questo. Oggi gli elettori arrivano a votare per un candidato

proprio perché pensano che sia troppo stupido per mentire. In questo desolante deserto di fiducia, le parole con un solo senso, i discorsi chiari, la coerenza tra parole e fatti, la semplicità, diventano strategie e valori sempre più importanti.

# **I cluster dei musei: due esempi dalle Dolomiti**



**Giuliano Vantaggi**

*Consulente Marketing Fondazione Dolomiti  
UNESCO*

Il progetto dei musei delle Dolomiti nasce dalla Fondazione Dolomiti Unesco per raccontare le Dolomiti attraverso il panorama museale di cui dispongono. Come è noto il 26 giugno 2009 le Dolomiti sono state iscritte nella Lista del Patrimonio Mondiale grazie alla loro bellezza e unicità paesaggistica e all'importanza scientifica a livello geologico e geomorfologico. La Convenzione UNESCO per il Patrimonio Mondiale stabilisce che beni culturali e naturali siti in varie parti del mondo e d'importanza universale debbano essere conservati quali patrimonio di tutta l'umanità.

L'inserimento delle Dolomiti nella lista del Patrimonio Mondiale è di

conseguenza un riconoscimento straordinario, ma implica anche forte impegno e responsabilità in merito alla protezione e allo sviluppo sostenibile di questa splendida regione alpina. Le Dolomiti sono iscritte come bene seriale poiché si configurano come un insieme unitario, seppure articolato e complesso, sia dal punto di vista geografico paesaggistico che da quello geologico-geomorfologico. I diversi sistemi dolomitici costituiscono un insieme selezionato di eccezionalità geologiche e di peculiarità paesaggistiche caratterizzate da straordinaria rappresentatività ed elevati livelli di protezione, e sono collegati fra loro da

una ricca rete di relazioni genetiche ed estetiche.

La preesistenza di chiari vincoli di protezione è stato uno dei requisiti richiesti da UNESCO per l'iscrizione e per questa ragione non è stato possibile inserire nella lista alcuni complessi montuosi, come ad esempio il Gruppo del Sella o del Sassolungo, pur se rappresentativi della geologia e del paesaggio dolomitico.

I nove gruppi dolomitici che compongono questo straordinario "arcipelago fossile" interessano i territori di cinque Province (Belluno, Bolzano, Pordenone, Trento, Udine). Un'area di circa 142.000 ettari nella quale si parlano quattro lingue differenti

e ufficialmente riconosciute (Italiano, Tedesco, Ladino e Friulano). Le cinque Province sono caratterizzate da un quadro istituzionale e amministrativo composito perché diversificata è stata la loro storia nel contesto europeo.

Lo scopo della Fondazione è di contribuire ad uno sviluppo sostenibile del patrimonio Dolomiti UNESCO, attraverso il coordinamento delle attività delle cinque Province e delle due Regioni che ne sono fondatrici. La Fondazione promuove la comunicazione tra i soci fondatori sui temi della geologia, paesaggio, aree protette, turismo sostenibile e la sua promozione, mobilità, ricerca e formazione, in un'ottica di collaborazione trasversale



che punti alla visione unitaria del Bene. Propone la realizzazione di progettualità che favoriscano la valorizzazione del Bene. Istituisce tavoli tematici e gestionali con i principali portatori d'interesse del territorio, sviluppando la logica del lavoro in «rete». Inoltre diffonde le conoscenze del Bene Dolomiti UNESCO, sia da un punto di vista scientifico che promozionale, attraverso iniziative di comunicazione di rilievo internazionale.

I Musei che arricchiscono le Dolomiti sono di diverso tipo, ma tutti contestualizzati. Ovviamente per quanto riguarda i criteri UNESCO alcune autentiche perle sono, solo per citarne alcuni, il Museo Paleontologico

"Rinaldo Zardini" di Cortina d'Ampezzo in cui, all'interno di splendide vetrine, sono racchiusi milioni di anni di storia della vita sulla terra. Una storia che si può immaginare vagando con occhio attento tra le mille forme di creature marine che, pietrificate dal tempo, testimoniano l'evoluzione geologica e morfologica di questo territorio.

Il Museo Vittorino Cazzetta di Selva di Cadore, invece, ci narra della bellissima storia dell' Uomo di Mondeval e del suo scopritore. Le gesta di questo cacciatore del mesolitico e le orme dei dinosauri sul Pelmetto sono straordinariamente conservati in questa chicca di museo.

Il Museo Geologico di Predazzo è specializzato nella geologia delle Dolomiti in particolare delle Valli di Fiemme e Fassa. Istituito nel 1899 come “Museo Sociale” dalla Società Magistrale di Fiemme e Fassa, può contare più di 100 anni di storia. Le sue collezioni comprendono una consistente selezione di campioni paleontologici locali e numerosi minerali che costituiscono un vero e proprio patrimonio geologico.

Il Museo Archeologico dell'Alto Adige si trova nel centro storico di Bolzano in Alto Adige. Tre quarti della propria esposizione permanente sono dedicati al tema dell'Uomo venuto dal ghiaccio. Nell'ultimo piano vengono

presentati periodicamente altri reperti provenienti da scavi altoatesini, con temi espositivi che variano di anno in anno. L'Uomo venuto dal ghiaccio, è illustrato in ogni dettaglio: il suo profilo medico e antropologico e le caratteristiche del magnifico corredo di indumenti e di attrezzi che aveva con sé al momento della morte sono resi comprensibili al pubblico integrando reperti, testi didattici e postazioni video e multimediali.

Il Messner Mountain Museum Dolomites, Museo nelle Nuvole, sorge sul Monte Rite (2181 m), nel cuore delle Dolomiti tra Pieve di Cadore e Cortina d'Ampezzo. Allestito in un forte della Grande Guerra e dedicato all'elemento

“roccia”, il museo racconta la storia dell'esplorazione e dell'alpinismo dolomitico. Nella galleria della navata centrale sono esposti dipinti ed opere provenienti dalla collezione di Reinhold Messner che rappresentano le Dolomiti, dal Romanticismo fino all'arte contemporanea. Le vedute artistiche si alternano magicamente agli scorci panoramici delle finestre del museo sulle vette circostanti: Monte Schiara, Monte Agnèr, Cimon della Pala, Monte Civetta, Marmolada, Monte Pelmo, Tofana di Rozes, Sorapis, Antelao, Marmolada.

Il *Museo degli Usi e Costumi della Gente Trentina* (MUCGT), nato nel 1968 nella suggestiva cornice

dell'antico convento agostiniano di San Michele all'Adige, grazie alla felice intuizione museografica di Giuseppe Šebesta, concretizza le idee del fondatore in un ricco percorso espositivo che attraversa ben 43 sale, snodandosi dal basso verso l'alto in senso elicoidale e articolandosi su 5 livelli, in 25 diverse sezioni. Con più di 12.000 oggetti esposti, tra i quali spiccano le grandi macchine ad acqua - mulino, fucina e segheria veneziana - il Museo si distingue per l'attenzione che dedica al sistema agro-silvo-pastorale della montagna trentina e alle lavorazioni artigiane di supporto al mondo contadino - legno, ferro, rame, ceramica, tessuti - fino alle

testimonianze della religiosità, della musica e del folklore.

Il Museo etnografico di Seravella a Cesiomaggiore è collocato in uno scenario suggestivo ai piedi del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi e viene considerato a livello regionale veneto come struttura pilota nel settore dei musei etnografici, soprattutto per le molteplici attività di ricerca e catalogazione condotte nel territorio della provincia di Belluno, nonché per le iniziative di valorizzazione del patrimonio etnografico provinciale.

**Un progetto per un Piccolo  
Museo. Il museo del  
Termalismo a Montegrotto  
Terme (PD)**





**Francesca Ghedini**

*Dipartimento dei Beni Culturali – Università degli Studi di Padova*

L'allestimento del Museo del Termalismo nel Rustico di Villa Draghi a Montegrotto Terme è la tappa finale di un lungo percorso, che ha preso avvio nel 2001, quando la Soprintendenza ha affidato alla Scuola di Specializzazione in Archeologia dell'Università di Padova un'area dove realizzare un campo scuola per gli specializzandi. L'area, ubicata accanto all'Hotel Terme Neroniane, è stata oggetto di impegnative campagne di scavo fino al 2012, con la partecipazione in tutto di circa 350 studenti. La monumentalità dei resti venuti alla luce (una villa di

imponenti dimensioni con un enorme giardino), che si aggiungevano agli altri già noti (i complessi termali sotto il medesimo Hotel e in viale Stazione / via degli Scavi, la *villa rustica* di Turri) è stata alla base dell'elaborazione del progetto di un parco archeologico "a rete", costituito cioè da un insieme di aree archeologiche, che hanno senso e significato autonomi e possono quindi essere visitate anche separatamente, ma che, una volta inserite all'interno di un sistema unitario sulla base di un progetto scientifico, esprimono potenzialità inattese sul piano della qualificazione o riqualificazione urbana e/o territoriale con auspicabili ricadute anche su quello turistico.

Le aree archeologiche di Montegrotto Terme si prestavano ottimamente a divenire punti di un percorso atto a narrare come le acque termali del comprensorio euganeo venissero sfruttate sin dal I millennio a.C. se non prima, con finalità dapprima essenzialmente religiose, ma poi molto simili alle nostre, quando i Romani iniziarono ad utilizzarle per la cura e il benessere del corpo.

Ma l'allestimento delle aree, frutto di un progetto condiviso tra Università di Padova, Soprintendenza Archeologia e Comune di Montegrotto, con il supporto economico di Arcus S.p.A., Regione del Veneto, Fondazione Cariparo e MIUR, ci è sembrato

insufficiente per una narrazione organica del divenire del territorio, anche perché privava il visitatore della possibilità di poter osservare gli oggetti, anche di pregio, venuti alla luce nel corso degli scavi e non ci consentiva di veicolare in maniera incisiva tutte le informazioni circa il fenomeno dello sfruttamento delle acque termali nel mondo antico.

E' nata così l'idea del Museo, inizialmente pensato per la prestigiosa Villa Draghi, splendido edificio storico, da poco restaurato e meta di suggestive passeggiate domenicali in una natura incontaminata lungo la costa del Monte Alto. All'atto pratico, tale sede si è rivelata inadeguata sia per la posizione stessa, per lo più irraggiungibile ai

mezzi e priva di parcheggio, sia per l'impossibilità di intervenire sull'edificio vincolato per rendere accessibile ai disabili il secondo piano. La scelta è dunque ricaduta sul Rustico, annesso della Villa ai piedi del colle, anch'esso da poco restaurato, direttamente collegato al centro cittadino e provvisto di un ampio parcheggio (*fig. 1*).



Il rustico di Villa Draghi: com'è



*Fig. 1 – Montegrotto Terme, il Rustico  
di Villa Draghi (foto N. Orietti).*

Il Museo si svilupperà in una parte del piano terra e nell'intero primo piano.

A questo punto il gruppo di lavoro ha deciso di bandire un concorso di idee per l'allestimento: serviva una consulenza di esperti del settore per trovare le soluzioni più efficaci per comunicare le numerose informazioni disponibili, suscitando nel contempo l'interesse di diverse tipologie di utenti, come gli studenti di ogni ordine e grado; i locali, che dovevano essere resi consapevoli del privilegio di vivere in

un luogo così ricco di storia grazie alla preziosa risorsa idrica che ne aveva fatto una meta fin dalla remota antichità; i turisti, che affollano i numerosissimi alberghi; gli studiosi, che devono poter avere a disposizione i dati scientifici per l'interpretazione del divenire storico del territorio e dei monumenti.

Al concorso hanno partecipato 14 studi di architettura con progetti ben sviluppati dai contenuti originali. Tutti gli elaborati hanno preso avvio dall'esterno dell'edificio per sfruttare le potenzialità dell'ampio giardino: qui molti progetti hanno suggerito la realizzazione di percorsi inframmezzati da fontane per evocare il potere salutare delle acque, mentre altri (idea

vincente) hanno proposto di creare in un settore del giardino una sorta di scavo/laboratorio permanente per insegnare ai bambini i rudimenti del mestiere dell'archeologo. Soluzioni interessanti sono state avanzate anche per segnalare fin dall'esterno la destinazione museale dell'edificio con immagini oppure acronimi o anche utilizzando il logo del progetto.

Cogliendo le indicazioni del bando, i percorsi interni si sono articolati in una prima parte, che illustra il termalismo in generale in termini geofisici e storici, e una seconda, molto più articolata, dedicata alla realtà locale.

Poiché nessuno dei progetti rispondeva appieno alle nostre esigenze,



il gruppo di lavoro, ispirandosi ad alcune soluzioni particolarmente indovinate, ha messo a punto un nuovo allestimento, ora in fase di realizzazione, che si illustrerà brevemente di seguito.

Prima di entrare, il visitatore potrà conoscere, attraverso pannelli illustrativi, la storia di Villa Draghi, del suo splendido parco e del Rustico che ospita il Museo, i personaggi del passato, che hanno contribuito alla conoscenza del territorio, e il concept del Museo stesso. Biglietteria, guardaroba e piccolo bookshop saranno ubicati nel vano d'ingresso.

Nella prima sala, pannelli e ricostruzioni virtuali illustreranno il

fenomeno del termalismo, soffermandosi sulle modalità di formazione dei diversi tipi di acqua (per vulcanesimo, per percolazione e risalita, per attraversamento di terreni provvisti di particolari sali minerali ecc.).

Nella sala seguente, il visitatore sarà introdotto in uno spazio senza tempo grazie a un ciclo di proiezioni, che mostrerà gli spettacolari fenomeni del termalismo (salse, fumarole, vapori ecc.), mentre suoni e odori contribuiranno a creare l'illusione di essere immersi in paesaggi termali.

La scala, provvista di montascale per disabili, condurrà alla terza sala: qui verrà narrato, attraverso le fonti epigrafiche, letterarie e topografiche, il

termalismo nell'antichità, con particolare attenzione alla dislocazione dei siti termali nell'Italia romana. Grazie ad un finanziamento ottenuto dal MIUR, infatti, il gruppo di lavoro ha raccolto e inserito in un database tutte le testimonianze di sfruttamento di fonti termominerali nell'Italia romana; i 140 siti individuati saranno visibili in una carta di distribuzione, che mostrerà la forte concentrazione delle acque calde nel comprensorio etrusco/laziale/campano, in contrapposizione con l'Italia orientale, dove sono più comuni le acque fredde (*fig. 2*).



*Fig. 2 – Pianta dell'Italia con la dislocazione dei siti termali sfruttati in età romana (Archivio UniPD).*

Una stazione informatica posta al centro della sala consentirà di esaminare la documentazione relativa a ciascun sito (piante; resti monumentali;

testimonianze del culto; fonti epigrafiche, letterarie, itinerarie ecc.).

Nelle sale 4 e 5 si approfondiranno i temi del sacro e della cura e benessere, sempre in relazione al mondo romano, con una galleria fotografica, che illustrerà le località più suggestive, e copie di iscrizioni ed *ex voto* provenienti da alcuni centri termali particolarmente famosi (Ischia, Baia, Vicarello ecc.).

La sala 6 costituirà una cesura fra la documentazione relativa all'Italia romana e quella del comprensorio termale euganeo. Su uno schermo verrà proiettata la mappa del territorio euganeo che si animerà, presentando in sequenza le tracce della progressiva

occupazione dalla preistoria ai giorni nostri.

La sala 7 sarà dedicata al culto delle acque in età protostorica, con esposizione degli *ex voto* fittili e bronzei, rinvenuti tra fine XIX e primo XX secolo, e deposti nel corso dell'età del ferro lungo le sponde di una sorta di laghetto generato da una polla termale; al posto di esso oggi sorge un albergo non a caso denominato "Terme Preistoriche".

I temi delle sale 8 e 9, saranno la romanizzazione del territorio e le risorse dello stesso, dai giacimenti di argilla alla preziosa trachite, dall'acqua fredda potabile all'agricoltura, con la

testimonianza dalla *villa rustica* di Turri.

Nella sala 10 si tornerà al sacro, ma questa volta al tempo dei Romani, richiamando la divinità del territorio termale, *Aponus*, e la tradizione dell'oracolo di Gerione, a cui si rivolse l'imperatore Tiberio in partenza per l'Illirico.

Al grande complesso termale e ricreativo di viale Stazione / via degli Scavi saranno dedicate le sale 11-12: oltre a un'accattivante grafica ricostruttiva, saranno esposti elementi architettonici, affreschi, stucchi e altro materiale rinvenuto negli scavi; una ricostruzione in scala di una delle norie per la circolazione dell'acque verso le

piscine; la copia in scala 1:1 della statua di dignitario in veste di divinità delle acque, rinvenuta nei pressi del Colle Bortolone alla fine del '700 e donata dal suo proprietario, Giovanni Dondi Dell'Orologio, al Museo Archeologico di Venezia.

Protagonista assoluta dell'ultima sala sarà la villa romana di via Neroniana.



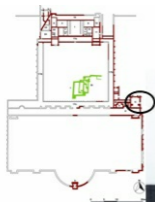


***Fig. 3 – Ricostruzione della villa romana di via Neroniana (disegno di Ink Link).***

Qui, all'interno di uno spazio cilindrico allestito per creare un'opportuna penombra in una sala altrimenti dominata da ampie finestrate sui tre lati, ricostruzioni al

tratto e virtuali riproporranno l'insieme edilizio (*fig. 3*) e le stanze meglio conservate; saranno esposti i materiali di scavo, s elementi architettonici e d'arredo, riferibili agli ambienti interni, al peristilio, al giardino; particolare risalto sarà conferito agli straordinari manufatti in calcedonio (*fig. 4*), pertinenti verisimilmente a un mobile (un letto o un trono), rinvenuti negli ambienti orientali del portico centrale, che confermano, ove ce ne fosse la necessità, l'alto livello sociale della committenza, avvalorando la suggestione che Tiberio, venuto ad interrogare l'oracolo di Gerione prima di partire per l'Illirico, abbia soggiornato proprio nello straordinario complesso di via

Neroniana. Accanto alla villa, sarà illustrato anche il coevo complesso termale, rinvenuto a 160 m di distanza da questa, sotto l'Hotel Terme Neroniane.



Sala 10 elementi di mobile (letto o trono)



*Fig. 4 – I manufatti in calcedonio rinvenuti nella villa di via Neroniana (foto E. Brener).*

Infine, avviandosi verso l'uscita, il visitatore conoscerà le vicende del territorio in età post antica, con interessanti testimonianze dell'alto e basso Medioevo.

Il Museo sarà provvisto di audio guide e guide multimediali e sarà collegato con altri musei in aree termali (*Aquae Flaviae* l'odierna Chaves in Portogallo e *Lucus Augusti*, oggi Lugo in Spagna), grazie alla nostra partecipazione al progetto europeo denominato CROSSCULT, che svilupperà giochi e racconti per bambini ed adulti e creerà un network con altri siti termali.

## BIBLIOGRAFIA

- *Aquae Patavinae. Il termalismo antico nel comprensorio euganeo e in Italia* (Atti del I Convegno nazionale, Padova, 21-22 giugno 2010), M. Bassani, M. Bressan, F. Ghedini (ed.), (*Antenor Quaderni*, 21), Padova, 2011.
- *Aquae Patavinae. Montegrotto Terme e il termalismo in Italia. Aggiornamenti e nuove prospettive di valorizzazione* (Atti del II Convegno nazionale, Padova, 14-5 giugno 2011), M. Bassani, M. Bressan, F. Ghedini (ed.), (*Antenor Quaderni*, 26), Padova, 2012.
- *Aquae salutiferae. Il termalismo tra antico e contemporaneo* (Atti del Convegno internazionale,

Montegrotto Terme, 6-8 settembre 2012), M. Bassani, M. Bressan, F. Ghedini (ed.), (*Antenor Quaderni*, 29), Padova, 2013.

- *Cura, preghiera e benessere. Le stazioni curative termominerali nell'Italia romana*, a cura di M. Annibaletto, M. Bassani, F. Ghedini, Padova
- DÄMMER H.W. 1986, *San Pietro Montagnon (Montegrotto). Un santuario protostorico lacustre nel Veneto*, Mainz am Rhein.

# **Museo e territorio: quando il museo è brand di un territorio**



**Silvia Cipriano**

*Direttrice Museo della Centuriazione  
Romana di Borgoriccio (PD)*

# 1. La centuriazione romana a nord-est di Padova

L'agro centuriato a nord-est di Padova è segnato dalla sistemazione agraria avvenuta nel I secolo a.C.<sup>12</sup> per ricompensare con dei possedimenti terrieri i veterani dell'esercito, ed è quindi caratterizzato da tracciati con intersezioni ad angolo retto posti a distanza regolare di 710 metri ca. (corrispondenti a 20 *actus* romani)<sup>13</sup>. Quest'opera di centuriazione comprende un'area di 190 km quadrati circa, che attualmente afferisce a 13 diversi comuni. L'area è tutelata dal punto di vista paesaggistico dal Codice dei Beni



Culturali e del Paesaggio<sup>14</sup>, volto a salvaguardare la conservazione dei caratteri distintivi del territorio centuriato e, in particolare del sistema regolare di strade, fossati e filari di alberi, della struttura organizzativa fondiaria storica e della toponomastica.

Ovviamente il paesaggio centuriato non è rimasto immutato dall'età romana ai giorni nostri, ma è un paesaggio vivo, che pur conservando le importanti tracce fossili della divisione agraria romana, porta evidenti segni delle trasformazioni intervenute nei secoli successivi e, soprattutto, dell'industrializzazione degli ultimi 50 anni, che ha profondamente modificato l'assetto agrario del territorio



***Fig. 1:** foto aerea del territorio interessato dalla centuriazione a nord-est di Padova (foto su concessione regione Veneto – L.R. n. 28/76 Formazione della Carta Tecnica Regionale). In questo territorio ha sede il Museo della Centuriazione Romana.*

## **2. Il Museo della Centuriazione Romana**

La collezione che ha dato origine al Museo della Centuriazione Romana è nata nel 1979 dai reperti archeologici rinvenuti nel territorio della centuriazione a nord-est di Padova dagli agricoltori e dagli appassionati locali. È stata riconosciuta come museo dalla Regione Veneto nel 1996 e nel 1999 è stata aperta al pubblico come piccola esposizione all'interno di due salette della sede municipale; solo nel 2009, sotto la direzione scientifica dell'allora Soprintendenza per i Beni Archeologici del Veneto<sup>15</sup>, il Museo è stato inaugurato

nella sua sede attuale e raccoglie oggi circa 1500 reperti archeologici di proprietà statale, in parte in mostra, in parte collocati nel magazzino. Il Museo è di proprietà del Comune di Borgoriccio ed è destinatario di un decreto di deposito dei materiali archeologici da parte del Ministero per i Beni, le Attività Culturali e il Turismo.

L'attuale allestimento è ospitato all'interno del Centro Civico di Borgoriccio, progettato dall'architetto Aldo Rossi nel 1997 come edificio della memoria collettiva e nato per accogliere l'esposizione museale, ma anche come luogo di aggregazione e di studio, secondo la più moderna concezione di

museo, spazio vivo e luogo di incontro dinamico (*fig. 2*).



*Fig. 2: la sede del Museo della Centuriazione Romana, progettata da Aldo Rossi*

L'esposizione si articola in quattro sale tematiche in cui vengono analizzati

diversi argomenti legati alla suddivisione agraria di età romana, alla vita quotidiana in ambito rurale, all'allevamento, all'agricoltura, al commercio e alle attività produttive. L'allestimento è stato pensato in prospettiva didattica, con pannelli colorati e con alcune ricostruzioni, come quella del telaio per la filatura, della fornace per la cottura dei laterizi e dell'aratro, che contribuiscono a rendere immediatamente fruibili e comprensibili anche ad un pubblico non specialista i diversi temi affrontati.

Dal 2014 il Museo ospita due nuove sezioni dedicate alla storia del territorio prima e dopo la centuriazione, con reperti di età pre-protostorica da un lato

e di epoca medievale e rinascimentale dall'altro<sup>16</sup>.

### **3. Il Museo e il suo territorio**

Considerando fondamentale il rapporto con il territorio di pertinenza, il Museo si è innanzitutto rivolto alla comunità locale per renderla consapevole e farla partecipe della sua storia millenaria, mettendo in campo un'offerta diversificata.

Nell'ambito delle attività didattiche dirette agli alunni a partire dalla scuola materna fino a quella superiore, l'Amministrazione Comunale di Borgoricco offre ogni anno

gratuitamente la visita guidata al Museo e un laboratorio didattico ad alcune classi della Scuola Primaria del Comune. L'Istituto Comprensivo locale è inoltre il primo destinatario della presentazione delle attività didattiche per tutte le scuole, che organizziamo ad ogni inizio di anno scolastico. Il Museo è visitato da scuole che provengono dall'intera Regione Veneto, con una media di circa 2000 alunni all'anno e con riscontri assolutamente positivi.

In secondo luogo l'offerta museale si è rivolta alle famiglie, che coinvolgiamo nei fine settimana con eventi, visite guidate, manifestazioni, spettacoli e laboratori. Per 10 anni è stata proposta inoltre la rievocazione storica, poi



eliminata per ragioni di ordine economico e riproposta in forma ridotta dallo scorso anno. Anche nel caso delle attività con le famiglie il *feedback* è più che positivo, sia da parte degli adulti, sia da parte dei bambini.

Il coinvolgimento delle comunità locale passa poi attraverso il mondo dell'associazionismo: si occupa della parte prevalente della didattica in Museo e sul territorio proprio un'associazione locale, nata da un nucleo portante di appassionati e cresciuta negli ultimi anni con l'apporto di giovani del territorio, laureati in archeologia<sup>17</sup>.

Inoltre l'associazione Pro Loco del Comune partecipa attivamente a molte

delle iniziative del Museo ed ora le è stato affidato il servizio di vigilanza e accoglienza, grazie alla formazione che è stata effettuata da alcuni giovani associati attraverso la partecipazione a corsi sull'accoglienza e sul turismo, nell'ambito della gestione dell'Infopoint turistico<sup>18</sup>.

Di fondamentale importanza è poi il rapporto con le aziende della zona, per fare rete sull'obiettivo comune di valorizzare e promuovere il territorio. Abbiamo portato avanti ad esempio un progetto con il Centro Commerciale Le Centurie, che sorge a breve distanza dal Museo.



***Fig. 3:** i grandi pannelli sulla centuriazione e sul Museo all'interno del Centro Commerciale Le Centurie (S. Giorgio delle Pertiche- PD)*

Il progetto, interamente finanziato dal nostro partner, si è articolato in

diverse tappe e ha previsto la realizzazione di grandi pannelli divulgativi sul territorio centuriato e sul museo, appesi nelle gallerie del centro commerciale, l'allestimento di un corner con alcuni totem dedicati ad approfondimenti tematici sugli argomenti della vita quotidiana in età romana in ambito rurale e con due vetrinette con riproduzioni di oggetti archeologici. Sono stati poi realizzati laboratori didattici gratuiti per i piccoli clienti del centro commerciale e eventi di diversa tipologia per tutti; in queste occasioni sono stati distribuiti biglietti per l'ingresso gratuito in museo, sponsorizzati dal Centro Commerciale.

Dal punto di vista della comunicazione, che va ben oltre il territorio di competenza, il Museo è presente sul web con il sito dedicato ([www.museodellacenturiazione.it](http://www.museodellacenturiazione.it)), la pagina Facebook e il profilo Twitter, è inserito nel portale regionale dei musei del Veneto (<http://musei.regione.veneto.it/>), in quello nazionale ([www.museionline.it](http://www.museionline.it)) e in quello europeo ([www.euromuse.net](http://www.euromuse.net)), e uno degli obiettivi futuri è sicuramente il potenziamento della presenza sulla rete<sup>19</sup>.

Nell'ambito della Legge Regionale 14 giugno 2013, n. 11 sullo sviluppo e la sostenibilità del Turismo Veneto quest'area si colloca tra le "città d'arte,

centri storici, città murate e ville venete”. Stiamo lavorando con la Federazione dei Comuni del Camposampierese per ampliare la rete delle piste ciclabili attraverso il paesaggio centuriato, collegando i diversi punti di interesse paesaggistico, naturale e storico-artistico presenti sul territorio, puntando su un turismo sostenibile rivolto a visitatori italiani e stranieri.

## BIBLIOGRAFIA

- CIPRIANO S. 2014 (a cura di), *Museo della Centuriazione Romana. La guida*, Trieste.
- CRESCI MARRONE G. 2012, Magnis

speciosisque rebus. *Il contesto storico: quando e perché*, in *Antico e sempre nuovo. L'agro centuriato a nord-est di Padova dalle origini all'età contemporanea*, a cura di C. Mengotti e S. Bortolami, Verona, pp. 80-91.

- LACHIN M.T. 2009, *Una storia della terra: leggere il paesaggio agrario a nord-est di Padova*, in *Sistemi centuriali e opere di assetto agrario tra età romana e primo medioevo. Aspetti metodologici, ricostruttivi ed interpretativi*, Atti del Convegno Internazionale, Borgoricco (Padova) – Lugo (Ravenna),

settembre 2009, a cura di P.L. Dall'Aglio, G. Rosada, *Agri Centuriati*, 6, pp. 39-52.

- MENGOTTI C. 2012, *L'agro centuriato a nor-est di Padova: caratteri fondamentali*, in *Antico e sempre nuovo. L'agro centuriato a nord-est di Padova dalle origini all'età contemporanea*, a cura di C. Mengotti e S. Bortolami, Verona, pp. 19-49.



**Piccoli Musei e Grandi  
Città:  
Best Practices per una  
strategia social**



**Veronica Ramos**

Durante questa ricerca analizzeremo due piccoli musei di due grandi città, dimostrando come la creazione di una strategia social può far diventare grandi anche le piccole realtà, svantaggiate in partenza perché si trovano in grandi città e “subiscono” la concorrenza di musei di fama internazionale.

Prima di iniziare vogliamo chiarire che noi concepiamo il Piccolo Museo come una realtà culturale che si caratterizza per una maggior attenzione verso la comunità di riferimento, un museo che realizza attività di divulgazione culturale accoglienti e molto personali.

## **Cosa significa per un museo creare una strategia social?**

I musei devono tener presente due requisiti per lavorare professionalmente sul web:

1. La creazione di un'immagine chiara e unica
2. I contenuti condivisi devono essere il risultato di una collaborazione tra tutti i dipartimenti del museo

La creazione di una strategia social non può avvenire senza che il museo abbia

deciso l'immagine di sé che vuole condividere con il pubblico. Un'immagine che deve essere unica, chiara e con un "tono di voce" ben definito. In questo modo, gli utenti identificheranno il nostro tono di voce online e sapranno come confrontarsi con noi. Specialmente nel caso dei Piccoli Musei, questo "tono di voce" deve essere accogliente e amichevole poiché, quando si confrontano con queste realtà, gli utenti non cercano solo informazioni e curiosità sulla collezione del museo, ma soprattutto un rapporto umano.

Una volta chiarito come vogliamo presentarci, il secondo requisito essenziale per la nostra strategia social è che i contenuti condivisi nei nostri

canali siano il risultato di un lavoro congiunto tra i diversi settori del nostro museo: didattica, mostre, ufficio stampa, progettazione, ecc. Chi gestisce e segue i canali deve conoscere tutti i dettagli degli altri settori.

Vediamo ora due casi di piccoli musei, la cui strategia social è un esempio di come il lavoro professionale comporti grandi benefici e risultati.

**New York Transit Museum: il mondo del trasporto come non lo avete mai visto**

Il NYTM (New York Transit Museum), situato a Brooklyn, è un piccolo museo dedicato alla storia del trasporto newyorkese e costruito nella dismessa stazione di Court Street. L'obiettivo di questo museo è raccontare la storia del trasporto pubblico nell'area metropolitana di New York, non solo attraverso le immagini ma anche con attività didattiche, eventi, mappe, libri e oggetti del mondo del trasporto.

La presenza di questo museo sul web non è recente, però la sua dedizione alla comunicazione online sì. La Social Media Manager del NYTM, Chelsea Newburg, ci ha spiegato che il Museo iniziò ad avere una vera e propria strategia sui social media dalla

primavera del 2014, e ci ha raccontato anche perché: *We had noticed that several other Museum's had been using social media to release interesting and engaging content from their Collections and we wanted to get in on the actions.*”

E questo interesse per migliorare in un settore così importante non fu preso alla leggera, anzi:

*“Department heads met to create the Museum's Social Media Strategy and Implementation Plan which details what type of contents relevant to post and our goals for engagement, and the Museum's Social Media Style Guide which covers who we are, how we sound, and what strategies we use*

*online*". L'importanza dei social media è così elevata per questo piccolo museo che la preparazione dei materiali da condividere è il risultato dell'incontro di un comitato di 10 membri. Inoltre per il NYTM è molto chiaro quale immagine voglia mostrare ai propri follower e ai visitatori: un'immagine dinamica e molto moderna, attraverso la condivisione di materiali storici e con attività coinvolgenti che hanno come fulcro il trasporto e la sua storia. Come spiega Chelsea Newburg: [...] *All of these online and offline communications are expected to maintain a consistent tone, branding, and visual identity, including the use of*



*similar text and images in all communications.”*

Anche se gli account del NYTM sono attivi da tempo, la strategia è in atto da poco ma i risultati ottenuti in meno di due anni sono eccezionali. Ecco i numeri disponibili dai tre account che abbiamo esaminato<sup>20</sup>: *Facebook - 21.579 follower; Instagram - 7.049 follower; Twitter - 14.400 follower.*

## **Museo del Romanticismo: dove il romanticismo diventa moderno**

Il Museo del Romanticismo (MR) si trova nel centro della città di Madrid. Il

museo ricrea un palazzo borghese del periodo romantico e offre una visione globale dell'arte, della storia e della vita quotidiana della Spagna del Romanticismo.

Quest'istituzione dimostrò molto presto il suo interesse per il mondo dei social media e dopo la sua riapertura, nel 2009, il museo cercò di capire subito quali fossero gli obiettivi di una presenza online. La Social Media Manager del Museo, María Jesús Cabrera Bravo, ci racconta quali sono state le sue considerazioni prima di sviluppare una strategia:

“[...] Necesitábamos participar en las redes sociales para estar allí donde se encontraran nuestros usuarios y, sobre

todo, para poder escucharlos, conversar con ellos y ver qué cosas valoraban del Museo (en este sentido, tanto on line como off line) y qué aspectos cambiarían. Pero no sólo queríamos estar allá donde se encontrara nuestro público, sino también salir directamente a buscarlo”

Questo museo e il NYTM hanno in comune il fatto che, in entrambi casi, i curatori avessero ben chiaro quale immagine il museo dovesse dare di sé:

“Situare un Museo del siglo XIX en el siglo XXI, cambiando la imagen de museo “decimonónico” (en el sentido peyorativo del término) a través de una reputación positiva, abierta y colaborativa con la sociedad, su entorno

y otras instituciones con características semejantes: conversación, comunidad y conectividad”

Come dicevamo all’inizio di questa ricerca, la personalità è un punto di forza dei piccoli musei e nella visibilità online è un fattore importantissimo. Il secondo elemento di cui abbiamo parlato per la preparazione di una vera strategia è la scelta dei contenuti che saranno condivisi in ogni canale e qui il MR, come il NYTM, dimostra ancora una volta il perché della sua reputazione:

“Uno de los contenidos principales del Museo en redes sociales es dar visibilidad a la colección que conservamos, no solamente la que está

expuesta, sino también la que se guarda en almacenes. Acercar la cultura del Romanticismo y del siglo XIX al público del siglo XXI, de una manera amena y desenfadada pero también rigurosa. Por último, dar a conocer el trabajo interno del Museo y sus profesionales.”

Il Museo del Romanticismo ha presentato la sua collezione al mondo in maniera molto moderna e coinvolgente, e questo ha aiutato ad incuriosire e avvicinare il proprio pubblico. A dimostrazione del grande lavoro fatto da questo museo per la sua promozione online, riportiamo i dati raccolti dai suoi account social<sup>21</sup>: *Facebook* - 14.335

*follower; Instagram - 4.444 follower;  
Twitter - 37.300 follower.*

## **Conclusioni**

Abbiamo visto come due Piccoli Musei siano riusciti a fare grandi numeri con la creazione di una strategia social molto professionale e, soprattutto, in linea con la loro personalità e la loro storia. Questi risultati hanno permesso a entrambi di posizionarsi come punto di riferimento per la comunità locale, e anche per i turisti. I social media possono essere la finestra da cui guardare il mondo e da dove poter

interagire quotidianamente con il pubblico del museo.

In conclusione, abbiamo domandato alle responsabili della comunicazione online di due musei<sup>22</sup>: attualmente il lavoro nel mondo dei social media è un elemento essenziale del lavoro del vostro museo?

Chelsea Newburg (NYTM):  
“Absolutely”

María Jesús Cabrera (MR): “Es uno de los pilares básicos del plan de comunicación”

**Presi nella Rete.  
La reputazione on-line dei  
Piccoli Musei**



**Nicolette Mandarano**



*Storica dell'arte, esperta in comunicazione del patrimonio culturale*

I piccoli musei e la loro reputazione on-line sono stati l'oggetto del mio intervento all'ultimo convegno dell'Associazione Piccoli Musei, tenutosi a Monselice il 29 e 30 aprile scorso, perché dopo la pubblicazione de *Il marketing culturale nell'era del web 2.0. Come la comunità virtuale valuta i musei*, dedicato all'analisi delle recensioni che i visitatori rilasciano sui grandi musei romani, ho deciso di analizzare nuovamente le recensioni di TripAdvisor, concentrando la mia attenzione sui piccoli musei.

È necessario premettere che le recensioni postate su TripAdvisor dai visitatori non riguardano tanto quello che i musei offrono realmente, quanto le cose che gli utenti esperiscono del museo che visitano. Per esempio ci sono luoghi in cui viene apprezzato il laboratorio didattico, contrariamente ad altri in cui, pur essendo presente e altrettanto efficiente, non viene notato. Ancora. Ci sono casi di musei in cui i visitatori denunciano l'assenza di una mappa, anche se, pur essendo disponibile, semplicemente non è stata loro consegnata.

È fondamentale quindi che le istituzioni culturali leggano i giudizi lasciati dai visitatori per capire quanto

della loro offerta sia stato percepito, perché proprio questo scarto rappresenta il margine di miglioramento dell'offerta stessa.

Entrando nello specifico della trattazione ho deciso di analizzare 20 piccoli musei, iscritti all'Associazione Piccoli Musei, che presentavano recensioni su TripAdvisor.

Il totale delle recensioni, alla data del 16 aprile 2016, era di 828. Di queste 469 recensioni erano 'eccellenti', 171 'molto buone', 54 'nella media', 8 'scarse' e solo 6 'pessime'. Quindi 67 recensioni andavano da 'nella media' a 'pessimo', con una percentuale di negatività che si attesta intorno all'8%, e che risulta più bassa rispetto alla media

dei musei statali/comunali (che viaggia intorno al 10-12%). A questo proposito è interessante puntualizzare quello che molti hanno scritto, ovvero di essere andati al museo senza particolari aspettative, per poi rimanere piacevolmente colpiti tanto da scrivere una recensione per consigliare la visita ad altri. Questo è un dato in controtendenza rispetto ai grandi musei dove le maggiori aspettative dei visitatori vengono a volte deluse, non da quanto esposto, ma da inconvenienti organizzativi, che si riflettono negativamente sull'esperienza di visita.

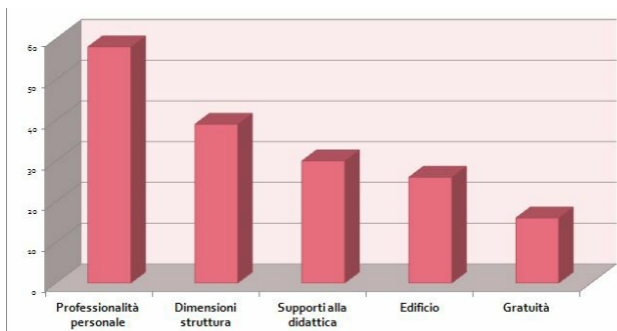
Le recensioni sono state scritte prevalentemente da un pubblico italiano,

ma si segnalano 108 recensioni (pari al 13%) rilasciate da visitatori stranieri.

IL MUSEO	Prezzo Biglietto	Fruibilità	Facilità orientamento	Aree sosta	Confort ambientale
SUSSIDI	Mappa	Didascalie	Audioguide	Schede didattiche o pannelli	Tecnologie
SERVIZI	Biglietteria	Guardaroba	Bookshop	Caffetteria	Servizi Igienici

Le caratteristiche che emergono dalla lettura delle recensioni permettono di ottenere dati sostanzialmente diversi fra grandi e piccoli musei. Come si vede dalla prima tabella (fig. 1), nella mia prima ricerca avevo suddiviso i dati che emergevano sui grandi musei in tre

macroaree dedicate al museo inteso come contenitore, ai sussidi alla visita e ai servizi. Ogni area era poi ulteriormente suddivisa in sottocategorie.



Per i piccoli musei emergono invece 5 dati prevalenti: la professionalità del personale, le dimensioni della struttura,

i supporti alla didattica, l'edificio inteso come contenitore e la gratuità (fig. 2).

La professionalità del personale emerge in 126 recensioni e si distribuisce per tutti i piccoli musei presi in esame in modo uniforme. Molti visitatori, ad esempio, sottolineano di apprezzare di essere accompagnati durante il percorso di visita da una guida; cosa che li accomuna al più ampio pubblico del nostro patrimonio che, potendo, preferisce essere accompagnato da una guida turistica.

Per quanto riguarda invece le dimensioni delle strutture museali emerge "piccolo" come aggettivo prevalente. Piccolo a volte viene percepito con una valenza negativa, ma

può anche essere assimilabile a prezioso. Piccolo è il nocciolo di ciliegia che, come ci racconta la letteratura artistica, Properzia de Rossi scolpisce con cento teste e piccolo è il primo luogo destinato alle collezioni. Come scriveva Adalgisa Lugli: “La collezione/mondo deve stare possibilmente in un’unica stanza, qualche volta addirittura in un unico armadio, che allora diventa il contenitore universale...”<sup>23</sup>

Per quanto riguarda i supporti alla didattica colpisce il fatto che, laddove sono presenti, la quasi totalità dei visitatori lo nota e lo segnala come valore aggiunto, soprattutto se si tratta di



sistemi interattivi e se destinati al coinvolgimento dei più piccoli.

Esistono però anche alcune criticità. Le recensioni che forniscono un giudizio meno buono sono legate spesso all'orario di apertura (troppo ristretto) e, anche se in rari casi, all'eccessivo costo del biglietto, quasi come se piccolo fosse, per alcuni, sinonimo di gratuito. Un dato simile mi aveva colpito anche nell'analisi delle recensioni dedicate alla Villa Farnesina a Roma il cui biglietto di 6 euro veniva ritenuto eccessivo per la visita di "sole" tre stanze. A questo proposito è interessante mettere in evidenza un altro dato in controtendenza. Molti sono così entusiasti della visita che segnalano agli

altri visitatori di lasciare un contributo economico per aiutare il museo stesso.

Tuttavia il dato più significativo a che mio parere emerge dalla comparazione, fra grandi e piccoli musei, riguarda la centralità delle persone. Mentre per i grandi musei, infatti, vengono segnalati servizi e disservizi, ma non si parla quasi mai delle persone, per i piccoli musei, invece, le persone che ci lavorano sono fondamentali e ne diventano il fulcro, con la loro passione e la capacità di trasmettere storia e cultura attraverso la narrazione, creando quel sistema di relazioni umane che nei grandi musei è difficile da instaurare. Il visitatore del piccolo museo si sente, quindi,

coinvolto nel processo culturale perché messo al centro dell'esperienza di visita.

“Non avevo mai pensato che i bottoni potessero raccontare la storia dell'umanità. Non posso che consigliare la visita al Museo del bottone soprattutto ai ragazzi, un'occasione divertente per conoscere la storia.”; o ancora “Mi aspettavo un museo "noioso" con solo delle stampe, fotografie del passato e invece...una sala piena di vetri colorati.. strumenti meravigliosi che si potevano anche provare, mi sono divertita e ho anche imparato tanto.”<sup>24</sup>, sono solo due delle molte recensioni positive presenti su TripAdvisor.

Da quanto scritto appare evidente quindi che i piccoli e i grandi musei sono diversi, ma sono sempre musei e, quindi, citando nuovamente la Lugli, “Sia che lo si guardi con simpatia, sia che lo si consideri con un vago disagio, il museo è molto di più di un luogo dove si conservano opere e oggetti [...] In un mondo che crede di aver visto tutto, è rimasto paradossalmente come uno degli ultimi luoghi nei quali si va alla ricerca della meraviglia e del diverso. Un luogo di curiosità, tuttora, in cui si può trovare qualcosa che non è nel mondo di tutti i giorni”.<sup>25</sup>

Un ringraziamento particolare va a Giancarlo Dall’Ara e a Simonetta Pirredda.

## BIBLIOGRAFIA

LUGLI A. 1992, *Museologia*, Milano.

LUGLI A. 2006, *Il mondo in una stanza*, in *Arte e meraviglia. Scritti sparsi, 1974/1995*, Torino.

# **Terza Sessione**

## **Piccoli Musei Accessibili**



**Modera Simonetta Pirredda,**  
*Coordinatore APM per il Veneto*



***Introduce Giorgio Gallavotti,  
Direttore del Museo del Bottone di  
Santarcangelo di Romagna, in  
rappresentanza dei Piccoli Musei associati  
all'APM***

# **Il bottone, la memoria della storia**

Buongiorno, mi chiamo Giorgio Gallavotti, fondatore del *Museo del Bottone di Santarcangelo* (Rimini). Ringrazio il Presidente Giancarlo Dall'Ara per avermi invitato a portare il saluto dell'*Associazione Nazionale dei Piccoli Musei* a tutti i partecipanti. Un grazie a tutti voi

Il Convegno è stato organizzato dalla APM con il coordinamento del Veneto



della APM, S. Pirredda, S. Marchioro e il Comune di Monselice, ringraziamo per il loro impegno. Si ringrazia l'Assessore alla Cultura G. Mamprin, che ha accolto con entusiasmo la proposta della APM di ospitare a Monselice, il VII Convegno.

L'Ass. Reitia si è occupata della segreteria del Convegno e ha supportato l'APM sui social network. Grazie.

Presente a tutti i convegni dell'APM, il primo a Castenaso Bo 2010. E' strabiliante notare come l'APM ed i Convegni si sono trasformati da un piccolo gruppetto di Musei in cerca di strade per emergere. Oggi abbiamo raggiunto un livello di notorietà anche internazionale. Gli eventi del 2016,

dove l'APM è presente, sono la dimostrazione di quanto e di quanta strada ha fatto e quanti Musei sono arrivati alla ribalta nazionale ed internazionale.

TV2000 del Vaticano nel format SIAMONOI il 22-1 ha fatto conoscere agli italiani l'APM con le interviste in diretta a Valeria Minucciani, che rappresentava l'Associazione. A Rino Lombardi, Museo della Bora di Trieste ed al sottoscritto, in collegamenti altri Musei. I commenti sui mass media: i Piccoli Musei sono grandi Musei. Sono radicati sul territorio e sono la Memoria della Storia.

A marzo a RadioRaiUno, nel programma *La Radio ne parla*,

Giancarlo Dall'Ara, con Livia Cornaggia - Museo Tattile Varese - e Rino Lombardi - Museo della Bora - hanno avuto l'occasione di presentare il valore e l'importanza dei piccoli musei d'Italia. In aprile nella settimana del #MuseumWeek i piccoli musei italiani si sono fatti onore. Hanno partecipato 3.500, di cui 355 solo in Italia, i musei e gli enti culturali da tutto il mondo. La trasmissione ha creato oltre 664mila tweet, visti oltre 294milioni di volte. I Piccoli Musei italiani 5 nei primi 10, primo e secondo posto. I poli museali italiani, hanno dimostrato durante la #MuseumWeek, strategie comunicative, in grado di superare le istituzioni come il Louvre, il MoMA e il Prado di

Madrid. In sette anni abbiamo fatto passi da gigante.

Dall'Ara "La piccola dimensione è un valore. Un museo è accogliente se dà valore a chi lo visita. Un piccolo museo può farlo! La piccola dimensione permette una maggior cura dei dettagli" Possiamo contare in internet uno spazio nostro grazie a MediterraneoAntico che ha dedicato un'area esclusivamente per noi. L'accordo stipulato con la testata di arte e cultura Artribune, ora nostro partner editoriale, darà più risalto alle iniziative dei musei e alla nostra associazione. Una Convenzione con la SIAE, è attiva. L'attività della APM non si è limitata ai Convegni ma è attiva tutto l'anno sui social networks. Siamo una

Associazione viva, in movimento e combattiva perché siamo consapevoli del valore sociale e culturale che i Piccoli Musei portano nel campo della cultura museale. Dall'Ara ha sottolineato appunti essenziali per l'Associazione e per i Piccoli Musei, "dove emerge la grande differenza fra piccoli Musei e grandi Musei danneggiando i Piccoli Musei, i quali danno un contributo specifico al processo di sviluppo del sistema museale italiano e rivendicano un posto adeguato nello scenario dei Musei nazionali. Senza passione non si può gestire un museo e senza passione, un Piccolo Museo non ha futuro".



*Fig. 1: Museo del Bottone di Santarcangelo di Romagna: l'«Accoglienza»*

Il Museo del Bottone è conosciuto nel Mondo. In otto anni di attività abbiamo avuto 340.000 visitatori, nel

2014 sono 54.000. Sul libro delle firme vi sono 141 nazioni straniere, in mostra bottoni di 48 nazioni. Al Museo vi sono fogli illustrativi in 11 lingue straniere, fra le altre in turco, bulgaro, cinese e russo. E' un Museo privato, gestito da una associazione ASP, no profit, regolarmente registrata nel libro provinciale delle ASP. L'ingresso al Museo è a offerta libera, con guida gratuita. Non è riconosciuto dalla Regione. Nella trasmissione del 06-04-2014 su TVRAI1 TG della sera la giornalista mi ha fatto una domanda: "Cos'è per lei un bottone ?" La risposta "E' la memoria della storia"

Il bottone è stato in tutti i palazzi del mondo, dove si decidevano i destini dei

popoli, e nelle carceri.



*Fig. 2: Una sala interna del Museo*

I bottoni sono in grado di raccontare la storia dell'umanità, sotto tutti gli aspetti. Il mondo del bottone si divide in



universo femminile e maschile. Nel mondo moderno, sono le donne che portano i bottoni, per ostentare lo status simbol, per allacciare, per la moda e agli albori del tutto nudo di oggi, portare il bottone slacciato al punto giusto per seduzione. Nel mondo antico le donne, portavano i veri gioielli e i lacci per allacciare le vesti, in certi periodi avevano i bottoni. Nel mondo antico gli uomini portavano i bottoni, una esagerazione dai 50 ai 200 con le eccezioni. Il materiale ? Dai diamanti in giù. I bottoni erano i loro gioielli, più bottoni avevano, più prezioso era il materiale più potevano ostentare la ricchezza, la potenza ed il potere. Francesco 1° re di Francia nel 1500 si è

fatto fare una veste di velluto nero con 13.600 bottoni d'oro. Doveva ricevere un sultano e doveva far vedere che lui era il più ricco. Le ragioni diplomatiche non permettevano al Re di dire "Io sono più ricco di te", se glielo avesse detto, non ci avrebbe creduto. Allora ha fatto parlare i bottoni, perché è sempre stato sul davanti della veste e nella storia non è servito solo per unire o ostentare. Quando qualcuno voleva far sapere qualcosa e non lo poteva dire, faceva parlare i bottoni. Vi sono i bottoni: ostentazione, comunicazione, provocazione, seduzione, a luci rosse, gossip, contrabbandiere, da lutto, superstizione e quello virtuale dei rapporti fra uomini e donne. I bottoni del

mondo antico sono molto preziosi, hanno un valore economico. Nel mondo moderno i bottoni più preziosi sono quelli gioiello degli anni 1960, 1980 e primi 1990. Sono in strass, un vetro. A livello economico non potranno mai competere con quelli del mondo antico. Al Museo abbiamo 13.000 bottoni vanno dal 1.600 a febbraio 2016. Ogni bottone è una tessera di storia. La raccontiamo attraverso la simbologia non attraverso il lusso. Il bottone degli anni 1970, da patta da pantaloni da jeans, 5 lire, con la scritta Portobello's. ricorda la TV di Enzo Tortora, ha la stessa valenza storica del bottone, in maiolica e oro, disegnato negli anni 1920, da Picasso per Coco Chanel, lavoravano assieme

alla rivista, la più bella del mondo, il Cabaret. Lui faceva le scenografie e lei quei mezzi vestiti pieni di piume e di paillettes. La differenza economica è evidente, ma hanno la stessa valenza storica



*Fig. 3: Bottone disegnato da Pablo Picasso negli anni 1920 per Coco*

*Chanel. Si tratta di una maiolica a due colori, con un tocco d'oro. Raffigura un cavallo stilizzato con la testa rivolta verso destra*

Le curiosità dal mondo, bottoni 1600 - 2016. Le figure con Lorenzo il Magnifico, Maria Antonietta, Maria Luisa d'Austria, moglie di Napoleone e del loro figlio, Mozart, D'Artagnan ecc. I bottoni delle maioliche più famose al mondo, della gerarchia ecclesiastica, del 1600 italiani, russi e giapponesi, cammei, mosaici, dei migliori artigiani, vetrai, incisori. La storia del 1900 e 2000, si racconta con la simbologia.



*Fig. 4: Bottoni con immagini di Maria Antonietta*

Nel maggio del 2011 lezione alla Università della Moda di Rimini. Quando succedono degli avvenimenti nella società di qualunque tipo, purché

la gente ne abbia fatto commenti, uno stilista, ha messo la simbologia di quel evento su un bottone che diventa testimone. Alla Università Moda Rimini ho parlato del 1900 la storia della società, mettendo sullo schermo la simbologia di un bottone. Il comunicato stampa: Bottoni parlanti.

Sul blog del Museo le storie, ne cito alcune: gli avvenimenti che hanno cambiato il mondo: l'emancipazione femminile; la storia italiana: telefonia e ferrovia; carnevale di Venezia; la storia delle Olimpiadi; la scoperta delle tombe dei faraoni; l'inizio del turismo di massa; Limberg, la trasvolata dell'Atlantico. La Montessori; Birkenau; il logo della Fiat anni 1950; la crisi di

Cuba; la distensione e le Brigate Rosse; la caduta del muro di Berlino; le due Torri, 2001 New York; i campionati del mondo del 2006, dicembre 2015 e febbraio 2016. Questi sono i filoni principali al Museo vi sono altri 70-80 bottoni testimoni di avvenimenti. Il tempo è tiranno, potrei parlare ancora delle ore. Grazie per l'attenzione



# Piccoli musei e open data: l'esperienza di Wiki Loves Piemonte



**Stefano Caneva**

*Marie Curie Piscopia research fellow,  
Università di Padova / Wikimedia Italia /*



**Cristian Cenci**

*Coordinatore nazionale Wiki Loves  
Monuments, Wikimedia Italia / weLand*

**1. Verso una agenda digitale per i  
piccoli musei: la necessità della  
collaborazione**

Compito fondamentale delle istituzioni del patrimonio culturale è quello di valorizzare le collezioni a loro affidate mettendole a disposizione di un pubblico il più possibile ampio e vario, ponendo così le basi concrete e quotidiane di una interazione fruttuosa fra tradizione e innovazione, conoscenza del passato e progettazione del futuro. Documentare, tutelare e valorizzare il patrimonio culturale costituisce una missione statutaria essenziale, cui i GLAM<sup>26</sup> possono e devono ottemperare anche attraverso la collaborazione con le altre realtà amministrative, scientifiche ed educative attive sul territorio. L'attuale paradigma digitale può svolgere un ruolo fondamentale

nella realizzazione di questa visione: il patrimonio culturale digitalizzato è più facilmente raggiungibile per il pubblico, entra rapidamente nella vita quotidiana dei cittadini e può contribuire a una inversione di tendenza nei settori dell'inclusione europea e dell'occupazione<sup>27</sup>.

Questo stesso modello può, tuttavia, anche acuire il discrimine esistente fra il potenziale delle istituzioni medio-grandi e le più limitate risorse a disposizione delle piccole. Lo sviluppo e l'aggiornamento di una agenda digitale costituiscono compiti dispendiosi in termini di fondi, disponibilità e specializzazione del personale, che i grandi musei riescono a gestire con una

certa disinvoltura<sup>28</sup>, ma che può costituire un problema insormontabile per una piccola istituzione, qualora questa non si muova all'interno di una rete ben organizzata di condivisione di competenze. Per questo motivo, gli specialisti nel settore hanno indicato una premessa fondamentale per l'emersione digitale delle piccole realtà museali diffuse sul territorio: la costruzione di reti regionali capaci di unire le forze e le competenze dei GLAM, mettendole in interazione sinergica con gli obiettivi e le strategie delle istituzioni educative, economiche e associative attive sul territorio<sup>29</sup>. Se la politica e le amministrazioni locali sono chiamate a svolgere una funzione imprescindibile in

questo processo di facilitazione, selezione e connessione, il coinvolgimento delle associazioni di cittadini e delle organizzazioni non governative nel settore culturale viene ugualmente visto come un fattore decisivo, non solo nella ricerca di nuove forze e idee per il raggiungimento di specifici obiettivi di sviluppo, ma specialmente per garantire che il patrimonio culturale entri a tutti gli effetti nella vita quotidiana dei cittadini.

## **2. Wiki Loves Monuments**

È in questo quadro che si inseriscono le esperienze di Wikimedia

([www.wikimedia.it](http://www.wikimedia.it)), a livello sia internazionale, sia italiano. Nel quadro delle iniziative e dei progetti di Wikimedia Italia, ci concentreremo qui sul concorso fotografico Wiki Loves Monuments (WLM)<sup>30</sup>, per restringere quindi il nostro focus sulla scala locale di #WLPiemonte, l'edizione regionale del concorso lanciata dall'associazione piemontese weLand in sinergia con Wikimedia Italia. Nato nel 2010 come progetto di Wikimedia Netherlands per la documentazione fotografica dal basso (cioè condotta dai cittadini) del patrimonio culturale olandese, e concentratosi inizialmente sui monumenti considerati a rischio, e quindi più bisognosi di tutela e

consapevolezza, WLM si è in seguito esteso in tutto il mondo e dal 2011 è stato registrato nel Guinness World Records come il più grande concorso fotografico di sempre. Il focus sul patrimonio culturale, monumentale e naturalistico mondiale ha fatto di WLM una iniziativa privilegiata per valorizzare mete e monumenti noti e meno noti, unendo la scala locale della visita ai siti da parte dei partecipanti con quella globale della circolazione e condivisione delle foto attraverso i canali della comunicazione digitale.

Elemento fondamentale per il successo di WLM è la licenza con cui le foto sono rilasciate durante il concorso, che si svolge ogni anno durante il mese



di settembre. Essendo caricate dai partecipanti con licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike (CC-BY-SA), le foto di WLM possono essere utilizzate per promuovere il patrimonio culturale sia a livello educativo e di ricerca, sia commerciale<sup>31</sup>. Per esempio, le più belle foto relative a un monumento potranno essere stampate e distribuite come cartoline, ma anche inserite in materiale audio-video di promozione turistica.

La prima edizione italiana di WLM risale al 2012, ed è partita a seguito di numerosi pareri legali e di un'approfondita analisi sulla situazione legislativa nazionale. Nel nostro Paese, infatti, è in vigore il Decreto legislativo

n. 42 del 22 gennaio 2004, il “Codice dei beni culturali e del paesaggio”, altresì noto come “Codice Urbani”. La sua interpretazione più accreditata prevede che non sia possibile fare fotografie di monumenti (comunque fuori copyright) e rilasciarle con licenza CC-BY-SA senza una precisa autorizzazione da parte degli enti pubblici territoriali che abbiano in consegna tali beni o dei privati che ne siano proprietari. Dal 2012, quindi, Wikimedia Italia ha avviato un lungo lavoro di coinvolgimento degli enti pubblici e privati per la raccolta delle autorizzazioni necessarie, svolgendo conseguentemente una capillare opera di coinvolgimento e sensibilizzazione degli

enti culturali (tra i quali quelli del settore museale) sui temi della cultura libera e del riuso. In quattro edizioni del concorso (nel 2016 si svolgerà la quinta edizione nazionale) i numeri hanno sancito il successo del concorso italiano sul panorama nazionale. In totale sono state caricate quasi 50.000 fotografie, delle quali 12.712 nell'edizione del 2015 (classificando l'edizione italiana al 4° posto mondiale per numero di scatti). Il dato per il quale il successo di WLM Italia risalta maggiormente, tuttavia, concerne il numero di persone coinvolte: nel 2015, e per la seconda volta consecutiva, quasi 1000 fotografi hanno partecipato al contest: il miglior risultato a livello mondiale<sup>32</sup>.

### **3. Reti regionali *bottom-up*: la collaborazione con weLand, da Asti al Piemonte**

La collaborazione dell'associazione culturale piemontese weLand ([www.weland.com](http://www.weland.com)) con Wikimedia Italia è nata proprio in occasione della prima edizione italiana di WLM, nel 2012, quando weLand lanciò il concorso locale Wiki Loves Asti. Forte del successo della prima edizione, che piazzò il vincitore di #WLMAT, Marco Odina, al 5° posto nazionale e al 15°

mondiale,<sup>33</sup> l'edizione astigiana di WLM è cresciuta negli anni, acquisendo nuovi partners e una lista crescente di monumenti fotografabili durante le edizioni del 2013 e 2014, tra cui numerose istituzioni GLAM, che hanno aperto gratuitamente le proprie porte alle wiki-gite fotografiche organizzate durante le capagne WLM. Fin dalla sua nascita, inoltre, #WLMAT ha fatto da trampolino per una serie di iniziative che hanno coinvolto i piccoli musei, le scuole e il pubblico cittadino, fornendo così un esempio concreto di come la cultura aperta e la didattica partecipata possano contribuire alla promozione del patrimonio urbano in una città e, più ampiamente, nella sua provincia.

L'esperienza accumulata e il rapporto di fiducia stabilitosi con WMI hanno spinto weLand a lanciare una nuova sfida per il 2015: passare dal concorso locale a una rete regionale, #WLPiemonte<sup>34</sup>. L'idea ha permesso di raggiungere un numero significativamente maggiore di istituzioni e di colmare, grazie a un approccio strategico regionale, alcuni vuoti che si segnalavano nella risposta locale al concorso. Allo sforzo organizzativo è corrisposto un successo superiore alle attese: il vincitore di #WLPiemonte2015, Elio Pallard, ha conquistato il 3° e 6° posto nazionali e addirittura il 2° posto mondiale, un traguardo mai raggiunto da una foto

italiana nel WLM mondiale<sup>35</sup>. Grazie alla “Sacra ammantata dalla neve”, il monumento simbolo del Piemonte ha fatto ancor più parlare di sé in tutto il mondo, attraverso i canali di Wikimedia come di altre iniziative dedicate al turismo culturale e all’uso dei dati aperti per la promozione della cultura.

#### **4. Oltre WLM: formare, diversificare, adattare**

Come mostra il caso piemontese, WLM rappresenta spesso la prima tappa nel percorso di incontro con una serie di progetti wiki” che ben si adattano alle

istituzioni GLAM, e che possono portare più in profondità il processo di collaborazione fra realtà locali e progettualità nazionale e internazionale. In Italia come altrove, se i grandi musei hanno mostrato più rapidamente la capacità di recepire e implementare il potenziale di una collaborazione strategica con il mondo della cultura aperta (si pensi al primo progetto di Wikipediano in Residenza al British Museum, nel 2010), l'adattabilità dei progetti promossi da Wikimedia ha garantito un incontro proficuo con le esigenze e le necessità dei piccoli musei, come mostra la breve selezione di casi positivi discussi qui di seguito.



La collaborazione con la Rete dei Musei del Cibo della provincia di Parma mostra bene come un progetto molto semplice per quanto riguarda la sua gestione operativa possa avere importanti effetti sulla visibilità dell'offerta museale: i sette piccoli musei partecipanti, legati fra di loro dal tema della storia della nutrizione, hanno siglato un accordo con WMI per il caricamento su Wikimedia Commons (<https://commons.wikimedia.org>), l'archivio centralizzato di file multimediali dei progetti Wikimedia, dell'intero catalogo di quasi 900 immagini rappresentanti gli oggetti custoditi nei musei. L'iniziativa ha risposto al duplice obiettivo di

valorizzare le collezioni dei musei e di migliorare le voci di Wikipedia relative al settore agro-alimentare, in particolare in un'ottica di documentazione storica del patrimonio italiano nel settore<sup>36</sup>.

Il progetto Archeowiki<sup>37</sup> è invece stato finalizzato al coinvolgimento di nuovo pubblico nella fruizione del patrimonio archeologico meno conosciuto della Lombardia. Il progetto ha visto il coinvolgimento di 6 musei archeologici e di numerose classi di scuole superiori della regione, offrendo così un caso di studio per l'unione di progetti GLAM e didattica partecipata per le scuole. I ragazzi coinvolti hanno potuto partecipare a visite guidate nei musei aderenti e successivamente si

sono sfidati in un concorso per la redazione delle migliori voci di Wikipedia su argomenti archeologici e/o sul patrimonio a disposizione del museo.

Un'altra esperienza di proficua collaborazione tra le istituzioni culturali di un territorio ed il mondo della scuola è il progetto “Wikipedia va a scuola @Asti” 2014/15<sup>38</sup>. Nata come continuazione di Wiki Loves Asti, l’iniziativa ha coinvolto numerose classi di scuole medie secondarie e una classe per un progetto pilota di scuola media primaria. Docenti e studenti hanno seguito una formazione pratica per la scrittura di pagine Wikipedia, dopodiché sono stati guidati da WMI e weLand nella realizzazione di un progetto di

scrittura dedicato ad argomenti di rilievo per il patrimonio culturale astigiano. Tra le creazioni delle classi si segnalano la pagina Wikivoyage dedicata ai musei e monumenti astigiani e la pagina Wikipedia del Museo Diocesano di S. Giovanni ad Asti<sup>39</sup>. Tramite l'applicazione QRpedia (<http://qrpedia.org>), il lavoro delle classi coinvolte è diventato fruibile su cellulare grazie a un codice QR apposto all'ingresso dei musei.



***Foto 1 - Le classi 3<sup>a</sup> A e 4<sup>a</sup> B dell'Istituto Quintino Sella di Asti in visita al museo Diocesano di Asti, con il docente responsabile del progetto Marco Pozzo. Foto Marco Pozzo, CC-BY-SA 4.0 Internazionale***

Per concludere questa panoramica, non può mancare la figura del “Wikipediano in residenza” (WiR)<sup>40</sup>: un coordinatore di progetti che rinforza la collaborazione tra i musei, la comunità locale “wiki” e i progetti Wikimedia. Il WiR è un wikipediano che lavora quotidianamente a contatto con gli operatori del museo per un periodo di tempo di alcuni mesi, occupandosi di assistere il personale museale nella migrazione di materiale sui progetti Wikimedia (immagini su Wikimedia Commons, libri fuori copyright su Wikisource, ecc.), ma anche, e soprattutto, svolgendo attività di formazione sulle modalità di utilizzo degli strumenti digitali collaborativi. La

durata e il contenuto della collaborazione sono definiti in fase di progettazione da Wikimedia e dall'istituzione ospitante, in modo da garantire la massima corrispondenza fra il formato WiR e le esigenze specifiche del caso. Adattabilità e co-progettazione costituiscono quindi le risorse chiave attraverso cui Wikimedia intende contribuire alla costruzione partecipata dell'agenda digitale dei piccoli musei.

Le esigenze di ogni istituzione possono diventare potenzialità. Perché non pensare quindi a un Wikipediano in Residenza non in un unico museo, ma all'interno di una rete di piccoli musei? Wikimedia Italia è a disposizione di chiunque voglia saperne di più o intenda

discutere l'inserimento di una propria idea progettuale in uno dei formati "wiki" disponibili.



# **Da visitatori a visit-attori: idee, strategie e buone pratiche per l'accessibilità museale**



**Marta Coccoluto**

*Coordinatore del Parco Archeologico di  
Baratti e Populonia e Blogger*

A molti anni dall'Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei (D.Lgs. n. 112/98) e da Le linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale (D.M. 28 marzo 2008), l'accessibilità museale è ancora fortemente associata all'abbattimento delle barriere architettoniche. In realtà, ciò dovrebbe essere ormai uno standard garantito e i musei devono oggi interrogarsi sul tema in un'accezione più ampia e sfaccettata. L'accessibilità va intesa come il superamento di tutte

quelle barriere che rendono incompleta, poco coinvolgente e non soddisfacente l'esperienza di visita. Il successo di un'esperienza culturale non può più essere valutato solo sulla base delle informazioni trasmesse, ma considerando anche il benessere provato dal visitatore, il rafforzamento delle sue conoscenze, la motivazione a ritornare al museo e il desiderio di farne passaparola.



*Fig. 1 – Trento, MUSE Museo delle Scienze. Gli spazi e le attività sono*

*pensate per la fruizione condivisa da diversi target di pubblico (disabili motori, famiglie, individuali), senza percorsi separati.*

È dunque una barriera tutto quel che impedisce di fruire il museo in modo appagante, senza ostacoli né difficoltà, e quindi in condizioni di autonomia, sicurezza e benessere. Le barriere possono certamente essere anche fisiche, ma sono più percettive, sensoriali e cognitive e soprattutto culturali: innescano nel visitatore, reale o potenziale, sentimenti di disinteresse e anche di rifiuto.

Inizialmente l'accessibilità museale ha riguardato gli interventi, spesso a posteriori, di riqualificazione degli

edifici o delle sale. Azioni necessarie, a sostegno dell'inaccessibilità museale identificata però con la sola disabilità motoria.



*Fig. 2 – Roma, MAAM Museo dell'Altro e dell'Altrove di Metropoliz (“Scemo chi legge”). La comunicazione del museo deve semplificarsi e strutturarsi, pena l'inaccessibilità dell'informazione e dell'apprendimento.*

Recentemente musei più sensibili hanno posto l'attenzione su ipovedenti e non udenti, ideando percorsi separati e piccoli servizi dedicati. L'accessibilità è ampliata ma resta ancora molta la distanza tra il museo e il suo pubblico. In questa direzione vanno gli sforzi – perché è ancora molto faticoso per tanti – di cambiare radicalmente il linguaggio

del museo, che ‘parla’ principalmente attraverso pannelli e didascalie. Un linguaggio troppo specialistico, denso di particolari scientifici e infarcito di termini tecnici sconosciuti ai più, scoraggia la lettura e limita la comprensione anche dei più motivati. I testi sono sovente blocchi uniformi, privi di quegli elementi formali, come un’adeguata spaziatura o l’uso sapiente del grassetto, in aiuto del lettore. Complice la comunicazione online, che ci ha abituati a ‘scansionare’ scritti brevi e fortemente ‘gerarchizzati’ e a fare dell’immagine una sostituta della parola, un testo ‘tradizionale’ diventa inaccessibile. Altrettanto importante è considerare il pubblico non una massa



indistinta di persone, ma composto da tanti pubblici diversi, con interessi, esigenze e bisogni specifici che il museo deve andare a soddisfare un'offerta modulata. Le scuole sono state il 'banco di prova', poi ampliato alle famiglie, con attività dedicate che stanno sì trasformando il museo da un luogo dei divieti a luogo di possibilità, ma non includono molti altri target. La scoperta di Internet è poi l'ultima 'rivoluzione', da taluni voluta, da altri subìta e da altri ancora anacronisticamente ignorata (solo il 50,3% dei musei ha un sito). Nel rapporto con Internet, i musei scontano la totale mancanza di una cultura digitale e così l'uso si traduce spesso in una mera trasposizione in digitale di

contenuti tradizionali, senza una strategia di comunicazione e contenuti ad hoc. I testi sono statici, inadeguati alla dinamicità della fruizione online, spesso non aggiornati nelle informazioni, privi di traduzioni e, altrettanto frequentemente, non ottimizzati per la navigazione dai device mobili. Anche l'uso dei Social Network, tranne rare eccezioni, resta per lo più limitato alla condivisione di informazioni sugli eventi e sulle iniziative e a brevi scambi di battute o condivisioni, dunque ben lontano da quella produzione di relazioni che è l'immenso potenziale del Web. Non possiamo negare che importanti passi per l'accessibilità siano stati fatti, ma i

nostri musei sono davvero accessibili? Ovvero sono luoghi inclusivi, accoglienti, coinvolgenti? Sono luoghi di aggregazione sociale, di svago e di apprendimento? I dati sul consumo culturale della rilevazione Istat 2015 restituiscono un quadro preoccupante: il 68,3% italiani non ha visitato un museo o una mostra, il 74,5% non ha visitato un museo o un sito archeologico. Indicano con chiarezza che i musei sono luoghi dove la maggior parte delle persone non ha piacere di andare. E in effetti nessuno vuole andare in un posto dove si sente a disagio, non sa come muoversi, fatica a stare in piedi e non si sente accolto. Dove ha la sensazione di disturbare con il passeggino, con il bastone, con la

carrozzina. Ancor più se non comprende il significato di ciò che legge, sente e vede; dove non può toccare, non capisce la lingua, dove si sente un perfetto ignorante. I musei non sono ancora luoghi empatici, dove l'ascolto attivo del pubblico è una strategia per coinvolgerlo. È necessario ripensare al concetto di pubblico e riportare l'attenzione sulle sue esigenze, confrontandoci con chi frequenta il museo e soprattutto con chi non lo frequenta per capire i motivi per cui resta fuori. Se non c'è accessibilità quando le condizioni ambientali, organizzative e comunicative non offrono una risposta adeguata a un'esigenza, un bisogno, un interesse del

nostro pubblico significa che il museo deve agire su queste variabili. E deve farlo mettendosi in ascolto dei visitatori, stabilendo un dialogo utile a raccogliere feedback per ripensare ai servizi e costruire l'offerta. La presenza attiva in Rete, l'accrescimento del coinvolgimento e del social engagement e i processi di concertazione e partnership sono strumenti efficaci per far sì che il museo si metta davvero al servizio del suo pubblico. Per esempio, al servizio delle mamme, visitatrici motivate che spesso restano escluse perché hanno esigenze molto specifiche legate alla routine infantile. Prevedere una corsia preferenziale per la bigliettazione alle donne in attesa o con

passeggino, un'area di sosta per i passaggini con marsupi di cortesia, un fasciatoio in ogni bagno, uno spazio happy-popping, anche semplice (una poltrona e un tavolo) sono interventi dai costi contenuti che abbattano barriere invisibili eppure invalicabili. I musei lamentano l'assenza dei Millennials, i nati tra il 1980 e il 1995. I dati dicono sì che meno della metà visita un museo all'anno, che hanno poca pazienza per sale statiche e presentazioni scientifiche e che non spendono volentieri, ma ci informano su molto altro.



**Fig. 3** – Roma, MAXXI Museo nazionale delle arti del XXI secolo. Spazi per la sosta e il relax all'interno del percorso museale sono indispensabili per chi ha difficoltà a stare in piedi.

Sono sensibili alle buone cause e dunque il museo può coinvolgerli in campagne di crowdfunding e crowdsourcing culturale; sono attratti da sconti e gratuità; sono cresciuti con i videogiochi e quindi amano co-creare la propria esperienza museale; sono nati nell'Era di Internet e dei Social Network e considerano una responsabilità condividere online le loro esperienze, perciò il Web è il mezzo per raggiungerli. Agli antipodi, gli anziani. Nel 2015, ¼ degli over 60 non ha partecipato a una qualsiasi attività culturale e se il museo è anche il luogo dell'inclusione sociale è un dato che non possiamo ignorare. È necessario aprire le porte del museo a istituzioni,



associazioni ed enti che si occupano di terza età, per raccogliere feedback sull'organizzazione degli spazi e della visita (Ci sono abbastanza sedute? Le scritte sono leggibili? Le indicazioni sono chiare?) e per elaborare progetti specifici che esaltino gli anziani come custodi di quella memoria che il museo vuole custodire e trasmettere. In sintesi, possiamo dire che oggi la sfida per l'accessibilità museale sta nel rendere il pubblico un soggetto attivo in grado non solo di influenzare con la propria opinione l'offerta culturale, ma di co-crearla, trasformando i visitatori, destinatari passivi di informazioni, in visit-attori, protagonisti attivi di esperienze culturali.

## BIBLIOGRAFIA

- CANNEL M. 2015, The Millennial Museum, Arrive sept.-oct., pp. 48-51.
- DE BIASE F. (a cura di) 2014, I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement, Milano.
- DIPARTIMENTO EDUCAZIONE CASTELLO DI RIVOLI MUSEO D'ARTE CONTEMPORANEA 2012, Manifesto della Cultura accessibile a tutti, Rivoli.
- PATERA A., ROSATI C., TOCCAFONDI M. (a cura di) 2010, Museo accessibile?

Esperienze in Toscana. Atti della giornata di studi (Firenze, 3 dicembre 2009), Firenze.

- **PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI 2013, Accessibile è meglio. Primo libro bianco sul turismo per tutti in Italia, Roma.**

# **I Bambini e le chiavi di accesso allo spazio-museo**



**Leontina Sorrentino**

*Esperta di didattica dell'arte per bambini*

LO SPAZIO ARCHITETTONICO COME  
ELEMENTO DECISIVO IN PERCORSI  
DIDATTICI FLESSIBILI PER VIVERE  
L'APPRENDIMENTO IN MANIERA CREATIVA.  
ACCESSIBILITÀ DIDATTICA COME  
DISCRIMINANTE PER UN'ESPERIENZA  
MUSEALE APPAGANTE E FUNZIONALE.

## **Condizione e richieste**

Un lavoro coerente di analisi del contesto nel quale vogliamo realizzare i nostri percorsi didattici ci dà la possibilità di visualizzare vantaggi complessivi, la cui ricaduta va a sostanziare ogni aspetto del progetto stesso. Proviamo a chiederci in quali

condizioni accogliamo i bambini in un museo e, a fronte di queste, quali sono le nostre richieste in termini di prestazioni. La premessa fa prevalente riferimento al turismo scolastico nei Piccoli Musei: gruppi-classe, più o meno numerosi, che richiedono un progetto specifico, arrivano con pullman, permangono poche ore. Tuttavia può essere applicato anche ad altre circostanze.

Dunque in queste situazioni ci sono almeno sei aspetti su cui soffermarsi. Spesso un bambino o una bambina entrano **per la prima volta** in un dato Museo. Non conosce il luogo, il percorso previsto, la successione delle sale, eppure chiediamo loro di capire la logica che sottende l'allestimento, il

messaggio, gli obiettivi, dandoli per scontati concetti che non lo sono. Il **tempo** che normalmente si riserva ad un'attività didattica è mediamente 1 ora e 30, salvo in più rari casi di offerte con pacchetti combinati. Nel conteggio complessivo vanno considerati anche i momenti non operativi, che a seconda del target possono avere apprezzabile durata. Occorre quantificare l'accoglienza, la visita e il laboratorio proposto, ma anche gli spostamenti, la sistemazione, il bagno, l'interazione con una classe. Svolgiamo in velocità per farci stare tutto, eppure chiediamo loro di essere sempre concentrati. Il ruolo rilevante è quello dell'**operatore didattico** che deve veicolare le

conoscenze e gli obiettivi stabiliti dal Museo e, come con il Museo, i bambini lo incontrano per la prima volta. Ha il compito e di creare curiosità, entrare in sintonia, essere efficace nei modi e dinamico nell'approccio, talvolta non è prevista neppure la presentazione di chi conduce il gruppo all'interno del museo. Eppure chiediamo ai bambini di essere disinvolti e di relazionarsi come se avessero una confidenza emotiva, che raramente si attiva anche in circostanze più favorevoli. Lo **spazio non è codificato**. Non dichiariamo dove possono sostare, andare, dove posizionarsi. Eppure chiediamo loro di muoversi con cognizione presumendo che abbiano chiara mappa dell'edificio,



le tappe, le zone sensibili. Generalmente capita di creare un **percorso lineare**, con andamento a successione rigida, favorito delle architetture tradizionali in cui spesso sono ospitati i Piccoli Musei. Non lavoriamo sulla frammentazione ritmica del dato e sulla visione informativa, eppure chiediamo ai bambini di essere elastici, attivare rimandi cognitivi e nessi logici, senza rappresentare l'esperienza e senza facilitare il passaggio. Spesso l'attività di visita si conclude con **un'attività manipolativa** e nel tempo rimasto, nel turbine di fine percorso, chiediamo loro di essere veloci, ma precisi. Spediti, ma creativi. Entusiasti ma ordinati. Indubbiamente sottoponiamo a bambini e

bambine molti vincoli, e diamo loro segnali discordanti.

## **Gli spazi Museali per la didattica**

Quanto lo spazio architettonico influisce sulla resa del progetto didattico e in che modo influenza il comportamento durante l'attività? Il **luogo** che riserviamo all'esperienza didattica museale proposta ai bambini è determinante. Non posso immaginare di realizzare un percorso, per quanto elaborato e innovativo, prescindendo dal luogo in cui ho intenzione di realizzarlo. Non è solo questione di 'capienza'. Insieme ai contenuti,

l'impatto che l'ambiente ha sul bambino determinerà: **andamento** del laboratorio, **prodotto** finale, percorso personale, **desiderio** (o meno) di ritornarci e rivivere l'esperienza. Nell'organizzarlo dobbiamo considerare diversi fattori, ciascuno con un proprio peso specifico. Devono capire, prima di utilizzarlo, com'è progettato, come possono starci dentro e che potenziale di movimento 'formativo' posso prevedere. Per una **corretta fruibilità** dobbiamo assicurarci di lavorare sulla massima accessibilità: i pieni e i vuoti; passaggi o postazioni di lavoro; giuste misure e sicurezza.

**Lo spazio** è un luogo fisico in cui i bambini interagiscono con noi, con i

coetanei e con gli stimoli che abbiamo progettato per loro: **stimoli espliciti** (quello che verbalmente dichiaro di fare) e **impliciti** (come li spingo a muoversi nell'ambiente). Non è mai completamente neutro rispetto alle finalità educative e formative. Valutarlo in sede di progettazione didattica significa prevederne un utilizzo funzionale al mio obiettivo.

Lo **spazio** è:

- Dove entrare
- Dove passare
- Dove stare
- Dove agire
- Dove apprendere
- Dove pensare

- Dove essere

Influenza il lavoro dei bambini, ma anche il nostro. Può tornarci utile per rafforzare messaggi, può distrarre, ma anche rappresentare un reale disagio che inficia tutto il resto. Dimensioni, Orientamento, Temperatura, Colori delle pareti, Oggetti presenti, Illuminazione, Odori, Aree di interesse, personificazione, sono alcune delle componenti da gestire.

Per questo motivo lo **spazio**, per quanto ristretto o scomodo, deve essere:

**Considerato:** perché non è vero che possiamo fare qualunque tipo di laboratorio indipendentemente dal luogo che andremo ad occupare;

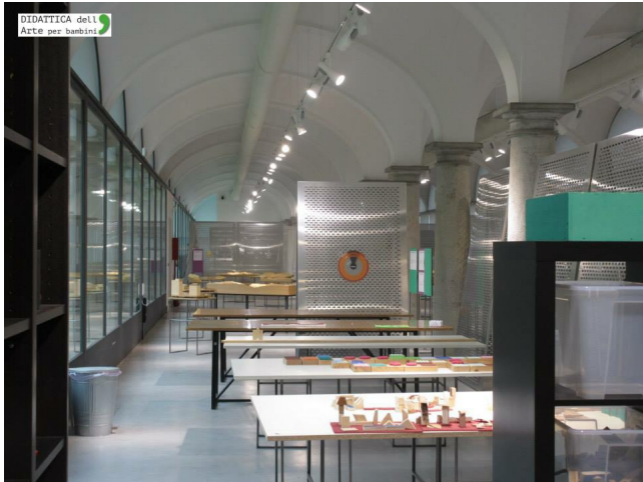
**Identificato:** già in fase di ideazione devo pensare al tipo di spazio che mi occorre per uno specifico tipo di progetto;

**Valorizzato:** perché si possono enfatizzare modalità di lavoro, peculiarità di materiali e relazioni interpersonali attraverso la disposizione spaziale;

**Segnalato:** già visivamente appena entra il bambino deve avere dei punti di riferimento, magari con delle immagini che suddividano le aree progettate;

**Presentato:** entrare in contatto non per caso, ma accompagnati dall'educatore facilita la decodifica dell'ambiente e fa sentire importante il bambino.

Gli spazi dei musei dedicati alla didattica sono di vario tipo. Spazi adattati, spazi ricavati, spazi condivisi, spazi ricercati. Possiamo imbatterci per esempio in un progetto didattico che cerca uno spazio architettonico per esistere (*foto1*), un edificio storico che ricava un aula didattica (*foto2*), sale espositive che accolgono attività tra le opere (*foto3*), edifici moderni costruiti per essere musei con aule inadatte allo scopo, spazi esterni in cui si fa didattica a stagioni alterne.



*Fig. 1: Museo Tattile di Varese*





*Fig. 2: Museo d'Arte per bambini di Siena*



*Fig. 3: Museo Civico di Fucecchio*

**Accessibilità e flessibilità didattica**

Esistono situazioni più congeniali di altre. Tuttavia nessun caso merita che sia bandita la didattica, anche in luoghi che sembrano inopportuni per ospitare bambini. In molti edifici è impossibile intervenire modificando l'assetto spaziale. Una possibile strada per assicurare l'accessibilità didattica è cambiare il punto di vista. Rileggere gli spazi delle sale con una innovata visione pratica. Orientamento formale che diventa orientamento sostanziale.

### **Flessibilità progettuale** attraverso

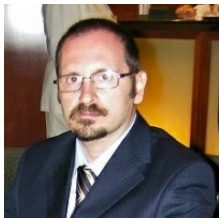
- Ricerca per obiettivi
- Analisi metodologica
- Strumenti di comunicazione
- Ottimizzazione delle risorse

- Sensibilizzazione e partecipazione

Abbassare lo sguardo, ramificare i percorsi, personalizzare proposte e interventi, osare con visioni non ancora sperimentate, coinvolgere utenti. Le opportunità di declinare le attività didattiche sono tante quante la tipologia di museo e i punti di vista proposti. In questo modo le **chiavi d'accesso**, che consegneremo a bambini e bambine, apriranno le porte ad un'esperienza appagante e piacevole. Un soddisfacimento conciliato da un apprendimento attivo, bilanciato tra prestazioni, relazioni, nozioni, sensazioni. Saranno protagonisti dell'esperienza museale in quanto

fruitori di un percorso coerente, che ogni operatore ha il dovere di creare. Ma messi in condizione di muoversi con autonomia e dinamismo intellettuale in un innovato spazio-museo.

**Musei piccoli, musei per  
tutti:  
il valore dell'accoglienza**



**Domenico e Francesca Zema**  
*Blog "Viaggiare per tutti"*

Il convegno di Monselice è per me l'occasione di testimoniare l'importanza dei concetti di accessibilità e accoglienza in un museo nei confronti di una persona con difficoltà motorie. La malattia neurologica che mi rende difficile camminare non mi ha fatto rinunciare a viaggiare: semplicemente io e mia moglie ci siamo organizzati con ausili vari, iniziando a vedere il mondo con occhi diversi e sviluppando, ovviamente, una particolare attenzione alla dimensione dell'accessibilità.

Per condividere questa esperienza a vantaggio di altri abbiamo fondato il sito [www.viaggiarepertutti.it](http://www.viaggiarepertutti.it) e l'omonima associazione culturale di promozione sociale che si dedica al turismo

accessibile, attraverso la testimonianza, la formazione, la sensibilizzazione e la creazione di occasioni di visita e viaggio adatte a tutti.

Come viaggiatori in autonomia abbiamo iniziato a muoverci in Italia creando brevi itinerari che ci portano alla scoperta di città d'arte, luoghi di produzione delle eccellenze enogastronomiche del nostro territorio e naturalmente musei.

L'Italia è un paese che affonda le proprie radici nell'antichità: spesso quindi il tema dell'accessibilità è centrale, soprattutto quando si tratta di muoversi in sedia a rotelle in centri storici scenograficamente arroccati su colline o accedere in musei collocati in



meravigliosi edifici antichi con tutte le bellezze ma anche le difficoltà di accesso che questi siti comportano. In realtà la nostra esperienza ci mostra come spesso l'accoglienza sia assolutamente possibile e non di rado anzi sorprendente, soprattutto proprio nei piccoli musei e nonostante le difficoltà nel reperire risorse economiche adeguate.

Lo scopo della nostra breve presentazione è quindi di “sfruttare” a vantaggio dei professionisti museali la mia percezione in prima persona dell'accoglienza all'interno di un piccolo museo, esplicitando cosa si aspetta di trovare una persona come me che si muove in sedia a rotelle. Vorrei

sottolineare tuttavia che quando parliamo di turismo accessibile e di accessibilità non dobbiamo pensare solo alle persone in carrozzina – che comunque sono turisti come tutti e che hanno diritto di viaggiare – ma a tutte quelle persone che per vari motivi – l'età, una disabilità temporanea, una mamma col passeggino... – fanno fatica a camminare o a fare le scale.

Tralasciando dunque i grandi musei, tra tutti i luoghi che abbiamo finora visitato e che potremmo ricordare ne cito solo alcuni che reputo esempi interessanti, sia per la tipologia di museo che per le modalità adottate per rendere accessibile lo spazio e gestire l'accoglienza. Tra i musei strettamente

legati al territorio ricordo il Museo della Navigazione Fluviale a Battaglia Terme (PD), dotato di un montascale che permette alla sedia a rotelle di raggiungere tutti i piani; analoga la situazione del Museo Civico Verri di Biassono (MB), un museo etnologico e archeologico che racconta il territorio della Brianza. Nonostante sia allestito in una vecchia cascina ristrutturata, il museo è perfettamente accessibile: oltre a essere dotato di un montascale, le vetrine sono poste a un'altezza tale che permette anche a un disabile in sedia a rotelle di poter vedere agevolmente gli oggetti esposti (*fig. 1*).



*Fig. 1 – Museo Civico “Carlo Verri”,  
Biassono (MB)*

Anche quando si pensano gli allestimenti è importante valutare l'altezza delle vetrine, delle didascalie, dei pannelli, pensando a tutti i possibili pubblici in visita...

Rimanendo nella provincia di Monza, abbiamo visitato un museo nuovo, interattivo e tecnologico, il MUST - Museo del Territorio di Vimercate, che tra l'altro mette a disposizione dei visitatori una sedia a rotelle e un passeggino. Anche dove c'è più tecnologia, come in questa tipologia di museo, è importante pensare all'utilizzo da parte di una persona seduta in sedia per consentire agevolmente l'utilizzo delle apparecchiature (fig. 2), così come la comunicazione dovrebbe mostrare attenzione nei confronti del pubblico, segnalando ad esempio in modo chiaro i percorsi e tutte le strutture di servizio (compreso – come in questo caso – il

fasciatoio per mamme con neonati).



***Fig. 2** – MUST Museo del Territorio  
Vimercatese, Vimercate (MB)*

Ci sono poi bellissimi piccoli musei d'arte ospitati in antichi palazzi, restaurati e resi accessibili: ricordo però a chi si occupa di questi interventi che se all'interno del percorso rimangono, ad esempio, due gradini per raggiungere l'ascensore, l'accessibilità e soprattutto l'autonomia nella visita sono fortemente limitate; per una persona in sedia a rotelle infatti anche un piccolo dislivello di pochi centimetri può essere un ostacolo o costringere la persona a farsi aiutare, mentre due gradini sono praticamente impossibili da superare a meno che la sedia non venga sollevata di peso!

Ricordo anche il Museo della Battaglia di Vittorio Veneto (TV) nel suo

recente nuovo allestimento, grazie al quale sottolineo l'importanza della pavimentazione: si può infatti ottenere un effetto esteticamente gradevole ma al contempo garantire la facilità di percorrenza a favore di persone con difficoltà motorie.





***Fig. 3** – Villa dei Vescovi, Luvigliano  
di Torreglia (PD)*

Caso diverso ancora le case-museo o le ville storiche: se a Portoferraio, all'Elba, la villa che ospitò Napoleone Bonaparte è parzialmente accessibile perchè non esistono ausili per raggiungere il primo piano (ma il bellissimo giardino affacciato sul mare è stato reso accessibile anche alle carrozzine), a Villa dei Vescovi di Luvigliano di Torreglia (PD), proprietà del FAI, le dimensioni ampie della scala consentono l'utilizzo di un montascale cingolato su cui si può agganciare la sedia a rotelle (*fig. 3*), a conferma che quando un bene storico non consente di inserire ascensori o altri mezzi, si possono comunque trovare altre soluzioni.

Ci sono poi i musei legati alle attività produttive, dalle cantine agli oleifici: spesso le aziende storiche hanno allestito piccoli ambiti espositivi accanto alla produzione, collocati in strutture non nate per la funzione museale e che quindi a volte presentano difficoltà oggettive di accesso; è chiaro che in questi casi la differenza è fatta dall'accoglienza dei proprietari che con cordialità possono ovviare ai limiti nella visita.

Come ultima tipologia di museo vorrei portare l'esempio degli scavi archeologici e citare in particolare quelli di Alba (CN): è stato realizzato nel centro storico della città un bellissimo percorso che comprende sia

il museo civico che gli scavi. Molte tappe sotterranee di questo interessante progetto museale infatti sono state rese accessibili, sia a livello di spostamenti che di apparato di spiegazioni con pannelli posizionati in modo da essere di facile lettura. Trovo infatti importante che l'accessibilità si manifesti anche nel linguaggio: per i non addetti ai lavori gli scavi archeologici spesso sono difficili da comprendere, ma grazie ad una guida preparata e appassionata e a un apparato didascalico ben fatto tutto viene presentato in modo più interessante e coinvolgente.

Per concludere, da visitatore di musei in sedia a rotelle e partendo dalla mia personale esperienza, che mi porta a

parlare dell'accessibilità a livello motorio, perché una visita risulti piacevole sarebbe utile trovare:

- parcheggio riservato nelle vicinanze del museo
- pavimentazione comoda non solo all'interno, ma anche intorno al museo e nel percorso dal parcheggio all'ingresso
- accoglienza alla reception con un bancone di altezza tale da consentire all'operatore di dialogare facilmente con una persona seduta in carrozzina
- ascensori, rampe, montacarichi che permettano di entrare e muoversi comodamente, anche senza bisogno

dell'aiuto di un accompagnatore

- la segnalazione di eventuali gradini non dotati di ausili
- bagni accessibili, puliti, funzionanti, ben segnalati
- un percorso di accesso uguale agli altri, senza dove utilizzare ingressi “secondari”.
- Un valore aggiunto conclusivo è comunque sicuramente la cordialità dell'accoglienza a livello umano: spesso i piccoli musei sono gestiti da volontari o da persone che si impegnano quotidianamente per rendere la visita piacevole e indimenticabile, ed è questo aspetto sostanziale che fa la differenza!

# **Hi-Storia: stampa 3D e Arduino per un patrimonio culturale accessibile e open- source**



**Emanuela Amadio**

*Storica dell'arte e responsabile sito web*  
[www.hi-storia.it](http://www.hi-storia.it)

Hi-Storia è un progetto tecnologico applicato al settore dei beni culturali, nato nel 2014 da un'idea di Stefano Colarelli, informatico e maker<sup>41</sup>, ed Emanuela Amadio, storica dell'arte e della fotografia, con l'obiettivo di promuovere il patrimonio storico-artistico e archeologico italiano mediante un servizio all'insegna dell'accessibilità, della condivisione di conoscenze e dell'open source<sup>42</sup>.





*Fig 1:-Dispositivo interattivo hi-  
Storia*

## **Il contesto di riferimento**

Il progetto hi-Storia è applicabile all'intero patrimonio culturale italiano, che conta oltre diecimila strutture museali capillarmente diffuse su tutto il territorio, per lo più di piccole dimensioni, migliaia di luoghi culturali d'interesse storico-artistico, archeologico o paesaggistico e un numero considerevole di reperti, opere d'arte e testimonianze di varia natura in collezioni pubbliche e private<sup>43</sup>.

## **Il prodotto**

Le audioguide hi-Storia sono dispositivi tattili e interattivi, realizzati con stampanti 3D e hardware Arduino, che

riproducono un bene culturale, sia esso un monumento, un sito archeologico, un percorso naturalistico o un centro storico.

A differenza delle audioguide tradizionali che prevedono l'ascolto delle tracce audio, i dispositivi hi-Storia richiedono il coinvolgimento diretto dell'utente che, toccando la superficie della stampa 3D, può accedere ai contenuti multimediali dedicati al monumento selezionato. L'interazione avviene grazie ai sensori capacitivi che rilevano il tocco delle dita, proprio come il touch screen di uno smartphone, e inviano il segnale all'app di hi-Storia.

Grande importanza è accordata ai contenuti, redatti da storici dell'arte,

archeologici o altri professionisti del settore culturale che provvedono anche all'adattamento, in collaborazione con esperti in tiflogia nelle sezioni regionali dell'Unione Italiana dei Ciechi e degli ipovedenti (UIC), dei testi per non vedenti.

L'hardware dei dispositivi interattivi è rilasciato con licenze Open Source (GPLv2)<sup>44</sup>, che consentono ai maker di replicare il progetto e sviluppare nuove funzionalità senza dover sostenere costi di accesso. I dispositivi hi-Storia sono compatibili con le schede Arduino<sup>45</sup>, un hardware open source particolarmente noto nell'ambito della fabbricazione digitale e ampiamente diffuso nelle

scuole grazie alla facilità di utilizzo e alla versatilità.

L'app di hi-Storia, scaricabile su PC, totem o smartphone, consente l'accesso ai contenuti multimediali delle audioguide interattive e raccoglie dati sull' user experience e l'utilizzo di tutti i dispositivi hi-Storia in funzione (ad esempio, è possibile calcolare la frequenza con cui vengono toccati alcuni attivatori o la percentuale di tracce audio ascoltate integralmente). Le informazioni raccolte possono essere utilizzate da professionisti della cultura, designer e maker per delineare l'indice di gradimento del pubblico, profilare il target, proporre nuove funzionalità e contenuti personalizzati.

## Target

Un aspetto degno di nota, in rapporto all'alto numero dei luoghi culturali in Italia, è l'esigua percentuale di musei concretamente accessibili ai disabili, in particolar modo agli utenti con deficit visivi. Sono poco più di 80 le strutture<sup>46</sup> italiane in grado di offrire un adeguato servizio, dalla visita guidata alla possibilità di toccare le opere, ad un pubblico di disabili visivi che conta ben 300 milioni<sup>47</sup> di individui in tutto il mondo. Il turismo accessibile, secondo le stime più recenti, sarebbe in grado di generare un incremento del fatturato europeo pari al 18%, ossia a 140

miliardi, con un adeguamento delle strutture e la formazione del personale museale<sup>48</sup>.



*Fig 2: Test di usabilità per non vedenti*

Un'opportunità economica per chi lavora nel settore turistico, ma soprattutto un dovere etico da parte dell'istituzione museale, che s'impegna a garantire l'accesso al patrimonio culturale alla totalità dei cittadini in un'ottica inclusiva che coinvolga il turista, italiano o straniero, il cittadino che desidera approfondire la conoscenza della sua città, i visitatori con esigenze speciali (temporanee o permanenti), le scolaresche. Quest'ultimo è un target particolarmente importante per il progetto hi-Storia, perché i bambini e i ragazzi in età scolare possono utilizzare i dispositivi interattivi come supporti alla didattica tradizionale, poiché l'ascolto è integrato da attività



decisamente più attive, come i quiz e le sfide, che consentono di memorizzare le informazioni secondo i paradigmi della gamification<sup>49</sup>.



*Fig 3: Assemblaggio del dispositivo interattivo*

## Laboratori didattici

Uno degli elementi più innovativi del progetto è il coinvolgimento delle scuole: parallelamente ai progetti su commissione, hi-Storia si occupa dell'organizzazione della gestione degli hi-Storia Labs, laboratori didattici per le scuole primarie e secondarie, durante i quali gli studenti partecipano attivamente alla realizzazione di un dispositivo interattivo, occupandosi della redazione di contenuti, speakeraggio delle tracce audio, modellazione e stampa 3D, prototipazione con Arduino e coding<sup>50</sup>.

I laboratori didattici rispondono a una triplice finalità: coinvolgere gli studenti nel processo di valorizzazione del patrimonio culturale, trasmettere competenze storico-artistiche e tecnologiche, promuovere la cultura dell'open source con progetti replicabili in cui i saperi umanistici dialogano con il know-how di fabbricazione digitale. La scuola contribuisce, mediante i laboratori, a rafforzare il legame tra i ragazzi e i beni culturali sul territorio, offrendo la possibilità di trattare monumenti cosiddetti minori nel panorama nazionale, ma decisamente importanti per la storia e la cultura locale; inoltre può aprire un dialogo con la città prevedendo la collocazione delle

audioguide interattive realizzate dagli studenti all'interno di un museo o del bene culturale rappresentato, per garantirne la fruizione da parte di cittadini e turisti.



*Fig. 4 Laboratorio didattico hi-Storia  
Labs, esercitazione con la penna 3D*

L'offerta formativa è in linea con il Piano Nazionale Scuola Digitale (PNSD)<sup>51</sup>, un documento d'indirizzo del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) che prevede la realizzazione di atelier digitali negli istituti scolastici e l'attivazione di progetti didattici con cui utilizzare la strumentazione tecnologica tra cui stampanti 3D e Arduino.

**Dispositivi in rete: un network per i  
beni culturali**

Le audioguide realizzate nei laboratori didattici con le scuole e i progetti su commissione entrano a far parte di un network su scala nazionale, consultabile tramite l'app di hi-Storia, che segnala, attraverso una mappa del territorio, i dispositivi interattivi più vicini all'utente. L'obiettivo è quello di creare una rete di dispositivi tattili per offrire percorsi accessibili al pubblico di non vedenti e dare visibilità alle scuole che si sono distinte in progetti tecnologici applicate ai beni culturali.

# Google e l'accessibilità digitale al patrimonio culturale globale



**Elisa Bonacini**

*Assegnista Università degli Studi di Catania  
e Coordinatore APM per la Sicilia*

Ho già affrontato<sup>52</sup> il tema delle politiche del Google Cultural Institute, una sorta di *repository* virtuale dei progetti lanciati negli ultimi anni, quali la *Street View Gallery*<sup>53</sup>, *Art Project*<sup>54</sup> e il *World Wonders Project*<sup>55</sup>, piattaforme tutte basate su Street View o su altri software di Google Maps come Earth e SketchUp.

Maps è la piattaforma di Google che più di altre ha modificato la nostra vita quotidiana. L'uso di immagini satellitari a costo zero fornite da Earth e Street View ha implementato anche la ricerca scientifica su scala globale negli studi sui cambiamenti climatici e naturali<sup>56</sup> - con progetti mirati alla conservazione del paesaggio e delle biodiversità<sup>57</sup> - sui



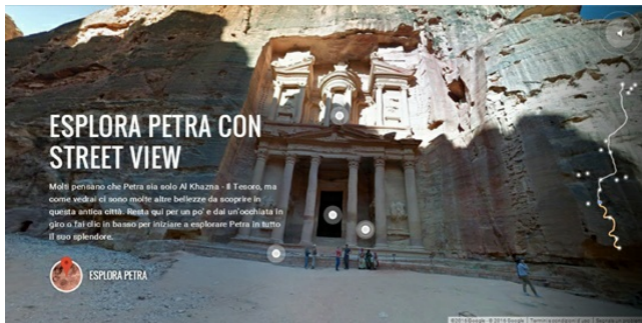
disastri ambientali<sup>58</sup> - come nel caso dell'Uragano Katrina - e, infine, nelle ricerche mirate a ricavare prospettive zenitali del paesaggio archeologico per identificare nuovi insediamenti antichi, valutare lo stato di conservazione di altri<sup>59</sup> - come accaduto recentemente con Palmyra - o ricostruirne modelli 3D su Earth<sup>60</sup>.

La disseminazione dei progetti di Google è andata ben oltre USA ed Europa, come dimostrano i progetti, lanciati fra il 2014 e il 2015, in Centro e Sud America (ad es. il sito di Machu Picchu in Peru, per il quale si è lanciato un progetto specifico, intitolato "Wonders of Machu Picchu"<sup>61</sup>), in Medio Oriente (ad es. le Piramidi di

Giza<sup>62</sup> in Egitto e numerosi siti in Giordania<sup>63</sup>, fra cui Petra) ed Estremo Oriente (ad es. il sito di Angkor<sup>64</sup> in Cambogia).

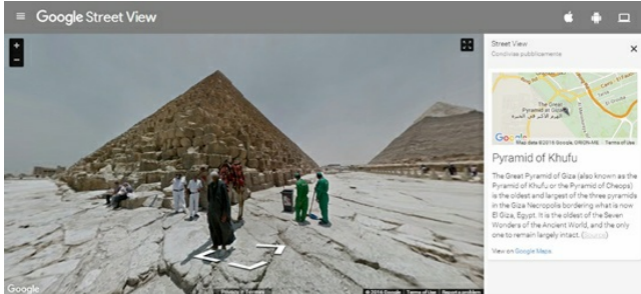
In occasione di questo Convegno ho presentato una panoramica dei più recenti progetti realizzati dal Cultural Institute, sfruttando le tecnologie di Street View: Google ha mappato numerosi siti culturali nel mondo, tutti collocati sulla Street View Gallery (sotto le sezioni intitolate Highlights o Unesco World Heritage<sup>65</sup>); solo una selezione di questi è collocata sul World Wonders Project e in una sezione su Maps intitolata Treks, sviluppata in appositi website interni intitolati Behind

the scenes, corredati di slideshow di immagini, contenuti testuali, audio o video, come The Treks of Angkor<sup>66</sup>, The Treks of the Pyramids of Giza<sup>67</sup> e Behind the scene of the Petra Project (fig. 1)<sup>68</sup>.



*Fig. 1: The Petra project su Google Maps*

Senza togliere meriti a Google per il suo impegno nella valorizzazione culturale globale, ho evidenziato alcune criticità come la qualità delle riprese (esemplare il caso degli spazzini ai piedi della Piramide di Cheope, fig. 2), la collimazione delle immagini, l'orizzontalità del paesaggio rispetto alla visuale di ripresa, utili a introdurre due progetti pilota realizzati in Sicilia "aumentando" la fruizione online su Street View.



*Fig. 2: Spazzini nel virtual tuor alla Piramide di Cheope su Google Maps*

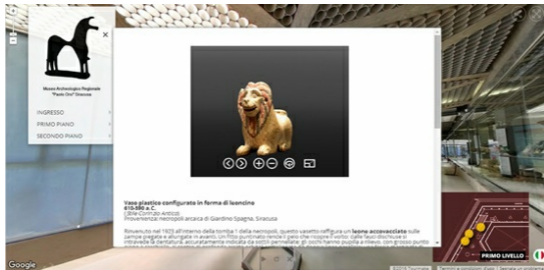
Si tratta dei progetti del Museo Archeologico “Paolo Orsi” di Siracusa e del Tempio di Giunone alla Valle dei Templi di Agrigento.

Entrambi sono stati realizzati in collaborazione con il fotografo

certificato Google sig. Gianfranco Guccione, con tecniche di ripresa fissa e regolata dall'operatore, con una stazione mobile costituita da una reflex con obiettivo fisheye, montata su treppiedi con testa panoramica, regolando sempre esposizione, luminosità ed evitando nel montaggio difetti di collimazione, diversamente da quanto accade con le tradizionali riprese di un Google trekker.

L'aspetto innovativo del primo progetto sta nell'aver fornito, come soluzione aumentata di fruizione del tour, l'opportunità di effettuare tour virtuali a 360° di una dozzina di reperti, esposti nelle vetrine e cliccabili da punti di interesse o mappe interattive con menu e schede descrittive in italiano e

inglese (Google, pur consentendo di visualizzare in HD alcuni manufatti dei musei presenti su Art Project, come punti di interesse lungo il percorso virtuale, presenta didascalie sintetiche e foto statiche).



*Fig. 3: Screenshot di un virtual tour nel progetto del Paolo Orsi*

Questi contenuti, invece, consentono per la prima volta di aumentare un tradizionale tour virtuale di un museo su Street View, visualizzando in modo più esaustivo tutti questi elementi aggiuntivi. La tecnologia utilizzata, compatibile con tutti i sistemi operativi esistenti, è di tipo *responsive*, adattandosi automaticamente alla visualizzazione su dispositivi mobili. Il tour virtuale si trova al link: <http://www.regione.sicilia.it/beniculturalmaps/museo-paolo-orsi-siracusa-primo-piano/index.php>. In questo modo, il “Paolo Orsi” è diventato il primo museo archeologico al mondo interamente navigabile su Google Street View e con tour virtuali a 360° di opere della



collezione, integrate con didascalie e schede descrittive bilingui (fig. 3).



*Fig. 4: Virtual tour su Street View dentro il Tempio*

Il progetto in corso al Tempio di Giunone, realizzato secondo le stesse modalità del precedente, è già online nella tradizionale modalità di Street

View al link

<https://goo.gl/mappe/KJxK7NGgSfy>,

ma, diversamente da quanto accade sulle piattaforme di Google e qui per la prima volta in assoluto, l'utente remoto può navigare muovendosi con le frecce direzionali ed entrare virtualmente sin dentro il tempio (*fig. 4*). Questo virtual tour sarà implementato da un menu interattivo con informazioni testuali e visuali di carattere generale sulla Valle, sul Tempio, sulle caratteristiche dell'ordine dorico (sempre in italiano e inglese) e attraverso un tour virtuale aereo navigabile a 360° che consentirà di visualizzare il tempio da prospettive mai vista.

## BIBLIOGRAFIA

- BONACINI E. 2014, *Google e il patrimonio culturale italiano*, in *SCIRES*, 4, 1, pp. 25-40.
- BONACINI E. 2015, *A Pilot Project with Google Indoor Street View: a 360° tour of “Paolo Orsi” Museum*, in *SCIRES*, 5, 2, pp. 151-168.
- BONACINI E. cds., *Google Street View and digital enhancement of archaeological sites. A 360° pilot project aerial virtual tour in the Valley of the Temples (Agrigento, Italy)*, in *SCIRES*.
- CHEN Q., JIANG L., SHUAI X. 2008, *The Application of Google Earth*

*in Earthquake Emergency*, in *Earthquake*, 1, pp. 121-128.

- LONNEVILLE B. *et alii* 2015, *Google Earth and KML as GIS tools for 3D archaeological models*, abstract presented in *Computer Applications & Quantitative Methods in Archaeology 2015*.
- MYERS A. 2010, *Camp Delta, Google Earth and the ethics of remote sensing in archaeology*, in *World Archaeology, Archaeology and Contemporary Society*, 42, 3, pp. 455-467.
- PRIYONO J., PURWANTO H. 2007, *Google Earth Application to Support Disaster Emergency*

*Response, in Jurnal Kebencanaan Indonesia, 1, 3.*

- THAKURIA T. *et alii* 2013, *Google Earth as an Archaeological Tool in the Developing World: An Example from India*, in *The SAA Archaeological Record*, 13,1, pp. 20-24.
- YU L., GONG P. 2011, *Google Earth as a virtual globe tool for Earth science applications at the global scale: progress and perspectives*, in *International Journal of Remote Sensing*, 33, 12, pp. 3966-3986.

**Quarta Sessione**  
**Nuove sfide e nuove**  
**opportunità per l'APM**

# Appuntamento per l'VIII Convegno Nazionale



**Silvano Palamà**

*Museo della cultura grecanica di Calimera e  
Coordinatore APM per la Puglia*

Buongiorno. A conclusione dell'interessantissimo *VII Convegno Nazionale dei Piccoli Musei*, per la cui puntuale realizzazione ringrazio in particolare il Presidente Giancarlo Dall'Ara, la Coordinatrice di APM per il Veneto Simonetta Pirredda, Veronica Ramos e Daniela Cini, tocca a me l'onore e il piacere di creare un breve collegamento con il prossimo convegno di APM, che si svolgerà nei giorni **7 e 8 ottobre p.v.** a **Calimera**, nella area ellenofona della Grecia Salentina. Vista la notevole distanza tra Monselice e Calimera, è come se con il passaggio di testimone si abbracciasse simbolicamente tutta l'Italia e con essa il microcosmo dei tanti piccoli musei; un



mondo che, con il passare del tempo, si rivela sempre più come un tassello importante del panorama culturale e della salvaguardia delle tradizioni in Italia.



*Fig. 1: La “pietra forata” nella chiesa  
di San Vito (rito propiziatorio di  
fertilità)*

Il grande molo naturale d'Europa proteso nel Mediterraneo costituito dalla Puglia, e dal Salento in particolare, ha costituito per millenni il punto di incontro tra genti e culture diverse. Un territorio, quello salentino, geologicamente stabile che ha consentito perciò la conservazione di “segni” delle varie culture che sono venute in contatto con gli abitanti di quel lembo d'Italia, trasformandolo in un caleidoscopio di lingue e giacimenti culturali.

“Musei e territorio”, “musei e turismo”, saranno i temi che ci siamo proposti di affrontare e sviluppare ad ottobre nel prossimo convegno APM. Dopo aver analizzato a Monselice le nuove tecnologie che sono in grado di offrire un validissimo aiuto alla conoscenza delle tante sfaccettature della realtà dei piccoli musei, affronteremo la visione di strutture museali che da “punto di arrivo” (di collezioni, documenti, immagini) si trasformano in “punti di partenza”, per l’approfondimento della conoscenza del territorio che viene indagato, studiato e organizzato per essere offerto alla migliore fruizione da parte degli ospiti e, spesso, anche degli stessi residenti.



***Fig. 2:** La stele attica del IV a.C., donata nel 1960 da Atene a Calimera come simbolo di fratellanza*

Musei allestiti per il popolo, con la partecipazione dei cittadini perché essi diventino sempre di più protagonisti del proprio destino. Perdono così di significato i confini tra cultura materiale e cultura immateriale ed il recupero della memoria attraverso lo stimolo che viene da oggetti, immagini, suoni ed odori, vale quanto il restauro di monumenti. Gli uni e gli altri rafforzano l'identità.



*Fig. 3: Festa dei lampioni. Lampione con la riproduzione di Castel del Monte in scala*

L'accoglienza, punto di forza della caratterizzazione dei Piccoli Musei, diventa accoglienza nei due sensi, con i Piccoli Musei che offrono sensibilità,

ascolto, coinvolgimento ad ospiti e visitatori, che a loro volta affidano ai Piccoli Musei i fili da legare per la costruzione della memoria collettiva e la individuazione di nuove strade da percorrere per uno sviluppo possibile e sostenibile.



*Fig. 4: Una delle ultime foto di PP. Pasolini (a Calimera per il suo ultimo*

*viaggio, prima del ritorno a Roma,  
dove fu assassinato il 2.11.1975)*



# I Poster



**Mar Dixon**

*Project Coordinator Museomix UK*

# Technology is an ingredient to a bigger recipe



@Mardixon



## **Fabio Viola**

*Direz. scientifica Master Engagement e  
Gamification Design IED MI e fondatore di  
TuoMuseo*

# Gamification

Il punto dove convergono  
cultura e divertimento!





**Tanja Šuflaj**

*Conservatore Museo Etnografico di Buie*

Per la realizzazione  
abbiamo impiegato:  
**43793** lippe  
**2880** minuti  
**130** dita....



.... ed infinita creatività



## **Juan García Sandoval**

*Conservador de Museos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia*

**“Il Museo, considerato come uno spazio di scambio,  
dove si possano progettare e riflettere gli sguardi e le idee di tutti ”**



**“È necessario un lavoro di ascolto ”**



## **Vanda Peccianti**

*Presidente Coop Colline Metallifere (Massa Marittima) e Coordinatore APM per la Toscana*



## **Accordo APM SIAE**

**Un piccolo passo affinché anche i Piccoli Musei possano essere Musei dove il coinvolgimento e l'interattività rendano il visitatore il vero protagonista dell'esperienza culturale!**



<http://www.piccolimusei.com/siae/>

# I relatori

EMANUELA AMADIO

Sono una storia dell'arte, co-founder e responsabile di hi-Storia.it. Hi-Storia è un progetto per la valorizzazione dei beni culturali attraverso le nuove tecnologie, con cui si realizzano audioguide tattili stampate in 3D di monumenti, centri storici e opere d'arte. I sensori capacitivi sulle audioguide

consentono all'utente di attivare contenuti multimediali mediante il tocco delle dita e garantiscono l'accessibilità ai non vedenti. Il team di hi-Storia adotta un approccio open source, coinvolgendo scuole e università nella realizzazione di contenuti e hardware. VISITA [Hi-Storia.it](http://Hi-Storia.it)

ELISA BONACINI

Sono un'archeologa, consulente, esperta di musei digitali, PHD e Assegnista di Ricerca all'Università di Catania. Sono coordinatrice regionale per la Sicilia di Invasioni Digitali e dell'Associazione Nazionale Piccoli Musei. Ho pubblicato numerosi articoli e i volumi: "Il museo contemporaneo,

fra tradizione, marketing e nuove tecnologie”; “Nuove tecnologie per la fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale” (2011); “La visibilit@ sul web del patrimonio culturale siciliano” (2012); “Dal Web alla App” (2014).

SCRIVIMI ([e\\_bonacini@hotmail.com](mailto:e_bonacini@hotmail.com))

OPPURE VISITA IL MIO SPAZIO DIGITALE:  
[unict.academia.edu/ElisaBonacini](http://unict.academia.edu/ElisaBonacini)

STEFANO CANEVA

Sono ricercatore Marie Curie in Storia Antica e Digital Humanities (Università di Padova). Sono cofondatore e vicepresidente dell'associazione culturale weLand, project manager per Wikimedia Italia e

Wikimedia Belgium e membro delle task forces “Europeana for Education” e “Creating Europea-related Local Networks”, istituzioni per le quali mi occupo di strategie e strumenti per la ricerca, il management e la comunicazione nel settore del patrimonio culturale in un contesto digitale.

SCRIVIMI ([ste.caneva@gmail.com](mailto:ste.caneva@gmail.com))

CRISTIAN CENCI

Laureato in Economia e Gestione dell'Ambiente e del Turismo presso l'Università degli Studi di Trento. Wikipediano dal 2007, svolge corsi di formazione su Wikipedia per studenti, giornalisti, bibliotecari ed operatori

museali. Socio di Wikimedia Italia, per la stessa è coordinatore regionale per il Trentino-Alto Adige/Südtirol, e dal 2015 è il referente nazionale per il concorso fotografico Wiki Loves Monuments.

SCRIVIMI:

([cristian.cenci@wikimedia.it](mailto:cristian.cenci@wikimedia.it))

SILVIA CIPRIANO

Dirigo dal 2009 il Museo della Centuriazione Romana di Borgoriccio. Laureata in Archeologia Classica all'Università degli Studi di Padova e mi sono specializzata in Archeologia Classica all'Università di Trieste, nel tempo mi sono occupata di scavi archeologici universitari e di emergenza,

di catalogazione di materiali, di consulenze per allestimenti museali e per progetti multimediali e di attività di formazione in ambito archeologico e museale.

SCRIVIMI

([silvia.cipriano@museodellacenturiazor](mailto:silvia.cipriano@museodellacenturiazor))  
E VISITA [museodellacenturiazione.it](http://museodellacenturiazione.it)

MARTA COCCOLUTO

Sono archeologa e lavoro al Parco archeologico di Baratti e Populonia, curando l'organizzazione dei servizi al pubblico e il coordinamento del personale, i progetti di ricerca, valorizzazione e promozione, gli eventi e le mostre. Sono un blogger freelance per progetti culturali e scrivo per il blog

di Nomadi Digitali su Il Fatto Quotidiano. Ho una mia rubrica di società e costume su Extra Magazine e collaboro con riviste culturali, tra cui Art App. Sono docente alla Scuola Permanente dell'Abitare.

SCRIVIMI

([martacocoluto@gmail.com](mailto:martacocoluto@gmail.com)) OPPURE  
VISITA IL MIO SPAZIO DIGITALE:  
[LINKEDIN.COM/IN/MARTACOCOLUTO](https://www.linkedin.com/in/martacocoluto)

GIANCARLO DALL'ARA

Sono un docente di marketing nel turismo, propongo un approccio non tradizionale del marketing sviluppando temi che vanno dalla gestione delle Relazioni e del Ricordo nei quali valorizzo strumenti quali il Racconto, i



“Rimandi”; l’Accoglienza e le Reti. Sono fondatore e Presidente dell’Associazione nazionale Piccoli Musei e autore di una ventina di pubblicazioni in buona parte edita da Franco Angeli. VISITA [GiancarloDallara.com](http://GiancarloDallara.com)

MAR DIXON

Mi occupo di audience development e sono una specialista di Digital/Social Media. Collaboro con musei, gallerie d’arte e istituzioni culturali nazionali e internazionali, indipendentemente dalla loro dimensione. Sono Project coordinator di numerosi progetti internazionali, tra cui Museum Mix UK, Museum Camp, Teens

in Museums e CultureThemes. Sono docente di ICT, Creative Arts (Apprenticeships) e Museums Studies. Attualmente curo i Social Media per “Dream 2016” progetto della Royal Shakespeare Company.

SCRIVIMI A ([mar@mardixon.com](mailto:mar@mardixon.com)) E VISITA [mardixon.com](http://mardixon.com)

## GIORGIO GALLAVOTTI

Sono creatore e direttore del Museo del Bottone di Santarcaangelo e appassionato di storia e dei viaggi. Vissuto fra i bottoni, ho capito che il bottone attraverso la simbologia è la memoria della storia. Prima mostra 1991, apertura del Museo fisso 05/2008. In 8 anni ho conquistato gran parte del

mondo. Ho partecipato a tutti i convegni dei Piccoli Musei. Ho capito che il successo deriva dall'accoglienza e dal rapporto fra visitatore e guida interna. Nel 2014 visitatori 54.000. SCRIVIMI ([giorgio35@teletu.it](mailto:giorgio35@teletu.it)) E VISITA [bottoni-museo.it](http://bottoni-museo.it)

FRANCESCA GHEDINI

Sono professore ordinario di Archeologia Classica presso l'Università degli Studi di Padova. Ho ricoperto numerosi incarichi accademici e attualmente sono vicedirettore del Dipartimento dei Beni Culturali e membro di prestigiose istituzioni culturali. Fra il 2008 e il 2010 sono stata Consigliere del Ministro per i Beni

e le Attività Culturali in merito alle problematiche concernenti le aree archeologiche. Recentemente i miei interessi si sono aperti agli aspetti della valorizzazione del patrimonio culturale e della diffusione delle informazioni verso un pubblico anche di non addetti ai lavori. Ho diretto e coordinato numerosi progetti di ricerca di carattere nazionale ed internazionale. Sono autrice di circa 230 pubblicazioni scientifiche e dirigo diverse riviste di settore.

SCRIVIMI

([francesca.ghedini@unipd.it](mailto:francesca.ghedini@unipd.it))

NICOLETTE MANDARANO

Storica dell'arte ed esperta in comunicazione del patrimonio culturale,

ho insegnato per molti anni Informatica applicata ai Beni Culturali in Sapienza, presso il Dipartimento di Storia dell'Arte. Sono autrice di molti articoli sul rapporto fra tecnologie e beni culturali, nel 2014 ho pubblicato il volume "Il marketing culturale nell'era del web 2.0. Come la comunità virtuale valuta i musei". Attualmente sono docente presso diversi master universitari, dove insegno comunicazione museale attraverso siti web e social media.

SCRIVIMI ([n.mandarano@gmail.com](mailto:n.mandarano@gmail.com))

OPPURE VISITA IL MIO SPAZIO DIGITALE:  
[nicolettemandarano.wordpress.com](http://nicolettemandarano.wordpress.com)

VALERIA MINUCCIANI

Architetto, sono ricercatore e docente in Allestimento e Museografia al Politecnico di Torino. Esperta indipendente per la Commissione Europea, sono autrice di numerose pubblicazioni nazionali e internazionali, e invitata come relatore a convegni in Italia e all'estero. La mia ricerca si incentra sulla museografia e sulla comunicazione del patrimonio culturale. Svolgo infine attività di progettazione e consulenza per allestimenti temporanei e permanenti. Sono coordinatrice di APM per il Piemonte.

SCRIVIMI

([valeria.minucciani@polito.it](mailto:valeria.minucciani@polito.it))

VALENTINO NIZZO

Ho conseguito la specializzazione e il PhD in Archeologia (Etruscologia) presso la Sapienza Università di Roma e il post-dottorato in “Archeologia globale e memoria del passato” presso l’Istituto Italiano di Scienze Umane di Firenze. Dal 2010 sono funzionario archeologo del MiBACT, dapprima (2010-2015) presso la Soprintendenza Archeologia dell’Emilia Romagna con sede nel Museo Archeologico Nazionale di Ferrara e, ora, presso la Direzione Generale Musei in qualità di referente per la comunicazione, promozione e accessibilità culturale del sistema museale nazionale.

VISITA IL MIO SPAZIO DIGITALE:  
[sumitalia.academia.edu/ValentinoNizzo](http://sumitalia.academia.edu/ValentinoNizzo)

## SILVANO PALAMÀ

Mi occupo del territorio salentino a partire dalla seconda metà degli anni Sessanta effettuando rilievo ed indagine inerenti a castello e borgo di Acaya. Nel 1985 fondo assieme a undici altri amici il Circolo Culturale Ghetonia (“vicinato” in griko) che si occupa di ricerca, conoscenza e valorizzazione di lingua e cultura, materiale e immateriale, dell’area ellenofona del Salento. Elaboro il progetto quadro sulla Grecia Salentina, utilizzato per il programma europeo Interreg II, attraverso il quale è avviato dagli Enti locali il processo di valorizzazione dell’area. Nel 2003 fondo la Casa-museo della Civiltà



Contadina e della Cultura Grika, struttura museale intesa non come punto di arrivo ma come punto di partenza. In essa ho coordinato progetti di Servizio Civile, tirocini formativi, ricerche e scambi culturali. Sono referente per la Puglia dell'Associazione Nazionale dei Piccoli Musei.

SCRIVIMI ([info@ghetonia.it](mailto:info@ghetonia.it))

VANDA PECCIANI

Nata a Follonica (GR) nel 1964, ho iniziato a lavorare a soli 14 anni in piccole fabbriche locali, a poco più di 20 anni entro nella Cooperativa Colline Metallifere di Massa Marittima come socia dipendente e dopo soli 2 anni vengo eletta nel Consiglio di

Amministrazione. Nel 1995 vengo eletta Presidente, carica che tutt'ora ricopro. Con l'ingresso in Cooperativa inizia un percorso formativo e lavorativo. Frequento corsi di formazione inerenti il turismo e la cultura. In Cooperativa svolgo mansioni di direzione e coordinamento, gestione del personale, gestione della promozione e comunicazione e gestione eventi. Attualmente faccio parte anche del Consiglio direttivo di Lega Coop Regionale, membro del Comitato Territoriale di Lega Coop e membro del Comitato per l'imprenditoria femminile di Grosseto.

SCRIVIMI

[presidente@coopcollinemetallifere.it](mailto:presidente@coopcollinemetallifere.it)

GIAMPAOLO PRONI

Insegno semiotica all'Università di Bologna e nei corsi di moda del campus di Rimini. Mi interesso di inventiva e progetto. Scrivo anche romanzi e racconti.

SCRIVIMI

([giampaolo.proni@unibo.it](mailto:giampaolo.proni@unibo.it))      OPPURE  
VISITA IL MIO SPAZIO DIGITALE:  
[unibo.it/sitoweb/giampaolo.proni](http://unibo.it/sitoweb/giampaolo.proni)

VERONICA RAMOS

Laureata in Storia presso l'Università di Valencia, ho partecipato al progetto Erasmus presso l'Università di Bologna. Ho conseguito un Master Interuniversitario in Storia e Scienze

dell'Antichità a Madrid. La mia formazione si amplia con due corsi di specializzazione in Gestione dei Beni Culturali: uno presso l'Università di Valencia e uno all'Università degli Studi di Firenze. Completano la mia preparazione un Master breve in Web Marketing e corsi dedicati alla comunicazione online.

VISITA I MIEI SPAZI DIGITALI:  
[linkedin.com/in/veronicaramospino](https://www.linkedin.com/in/veronicaramospino) E  
[twitter.com/ramosveronica86](https://twitter.com/ramosveronica86)

JUAN GARCIA SANDOVAL

Museologo, curatore e critico d'Arte.

Ricercatore di museologia,  
Accessibilità sociale e mediazione nei  
musei (credo ciò implichi

pubblicizzazione eventi ed allestimento).  
Curatore del Museo regionale di Murcia. Laureato in storia dell'arte all'Università di Murcia, Master in Museografia Didattica presso l'Università di Barcellona, Master di Gestione dei beni Culturali all'università della Catalonia e master in Terapia Creativa all'università di Miami (anche l'Università di Maastricht in Olanda ha la sigla UM, quindi non so quale delle due intenda, ma penso Miami). Legato al mondo del Patrimonio mondiale dal 1989. Direttore-curatore del Museo di belle Arti di Murcia e del Centro di studi di Museologia (2008/14).

SCRIVIMI

[juangarciasandoval@gmail.com](mailto:juangarciasandoval@gmail.com)

E

VISITA

[museosdemurcia.academia.edu/JuanGarc](http://museosdemurcia.academia.edu/JuanGarc)

LEONTINA SORRENTINO

Nata come Conservatore dei BB.CC. mi specializzo in didattica. Da anni progetto e conduco laboratori di Didattica dell'Arte, che mi hanno portata in America e Cina, oltre che su tutto il territorio nazionale, a incontrare migliaia i bambini e bambine. Sono referente della Biennale d'Arte del Bambino di Treviso. Impegnata nella sperimentazione didattica, nella ricerca educativa e nella divulgazione culturale, lavoro con adulti, bambini, ragazzi. Ultima ricerca su Arte&DSA.

VISITA IL MIO SPAZIO DIGITALE:  
[didatticaartebambini.it](http://didatticaartebambini.it)

TANJA ŠUFLAJ

Sono nata a Capodistria (Slovenia) e mi sono laureata in Conservazione dei Beni Culturali con una Laurea specialistica in Scienze dell'Antichità presso l'Università degli Studi di Trieste. Mi sono specializzata in archeologia subacquea presso il Centro Internazionale di Archeologia subacquea di Zara (Croazia). Durante gli studi e dopo la laurea ho lavorato a vari progetti archeologici e museali in Istria. Dal 2014 curo e gestisco il Museo etnografico di Buie. Mi occupo

soprattutto di didattica ed accessibilità museale.

SCRIVIMI ([t.suflaj@uciliste-buje.eu](mailto:t.suflaj@uciliste-buje.eu))

GIULIANO VANTAGGI

Dopo un trascorso da commerciale Italia e estero divento amministratore delegato di due aziende private operanti nel ramo dei servizi di marketing alle imprese. Dal 2010 sono consulente marketing per le aziende pubbliche. Sono stato consulente marketing di Longarone Fiere dal 2011 al 2014. Laureato alla Ca' Foscari di Venezia in Economia e commercio con tesi in marketing.

SCRIVIMI

([giulianovantaggi@gmail.com](mailto:giulianovantaggi@gmail.com))



FABIO VIOLA

Lavoro da 15 anni nell'industria dell'innovazione e dell'intrattenimento. Da sempre coinvolto nello studio delle nuove generazioni e dei processi di coinvolgimento, ho lavorato per alcune delle multinazionali dell'intrattenimento contribuendo al lancio di video-giochi che han venduto milioni di copie: Fifa, The Sims, SimCity, Simpsons. Un bagaglio professionale che ho messo a disposizione negli ultimi anni anche presso aziende ed enti pubblici per aiutare a ripensare e migliorare le modalità di interazione con i cittadini e clienti in una ottica di engagement. Sono l'autore del libro "Gamification - I

Videogiochi nella Vita Quotidiana” ed è attualmente in stesura del secondo libro per l’editore HOEPLI proprio sul tema del Coinvolgimento delle nuove generazioni. Attualmente sono inserito nella direzione scientifica del Master in Engagement e Gamification Design presso IED Milano ed ho da poco fondato la mia prima impresa sociale “TuoMuseo” per connettere visitatori e gestori attraverso la piattaforma di turismo culturale ItalyTodo.

SCRIVIMI ([fabio.viola@tuomuseo.it](mailto:fabio.viola@tuomuseo.it))

E VISITA [tuomuseo.it](http://tuomuseo.it)

DOMENICO ZEMA

Nella vita sono un ragioniere, impiegato in un’azienda di Monza, la

mia città natale. Una malattia neurologica ereditaria mi causa serie difficoltà motorie, ma sono un viaggiatore e la malattia non mi ha fermato. Al contrario, con mia moglie Francesca abbiamo iniziato a viaggiare con occhi attenti all'accessibilità e abbiamo deciso di condividere le nostre esperienze positive attraverso il blog [www.viaggiarepertutti.it](http://www.viaggiarepertutti.it) cui si è affiancata da poco l'omonima Associazione Culturale dedicata al turismo accessibile.

SCRIVIMI ([info@viaggiarepertutti.it](mailto:info@viaggiarepertutti.it))

E VISITA [viaggiarepertutti.it](http://viaggiarepertutti.it)

\* \* \*

L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE DEI  
PICCOLI MUSEI RINGRAZIA PER IL  
PATROCINIO L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
PADOVA - DIPARTIMENTO DEI BENI  
CULTURALI, ARCHEOLOGIA, STORIA  
DELL'ARTE, DEL CINEMA E DELLA MUSICA  
E, PER IL SOSTEGNO, LA CITTÀ DI  
MONSELICE - ASSESSORATO ALLA  
CULTURA

SI RINGRAZIA ALTRESÌ L'ASSOCIAZIONE  
CULTURALE REITIA PER LA SEGRETERIA  
ORGANIZZATIVA DEL CONVEGNO

# Notes

1) Sulla base della  
definizione di museo del  
Codice dei BBCC, d.lgs.  
42/2004, art. 101 ↵

2) Cfr: glossario in ISTAT  
2013, *I musei, le aree  
archeologiche e i  
monumenti in Italia* ⇩

3) Nel Report del censimento si conclude che «il modello italiano è caratterizzato da organizzazioni di piccolissima dimensione», dunque essi sono addirittura la *caratteristica peculiare* del nostro Paese ◀



4) Cfr: Introduzione all'  
«Atto di Indirizzo sui criteri  
tecnico scientifici e sugli  
standard di funzionamento e  
sviluppo dei musei» 2001

←

5) I *sistemi museali* permettono solo in parte di raggiungere questi obiettivi, e i fattori critici di successo sono numerosi: vd IULM 2013, *I sistemi museali in Italia* ←

6) Cfr: anche la Legge n.4  
del 14 gennaio 2013 sulle  
Professioni non  
organizzate ←

7) Per un quadro del dibattito recente sui beni culturali alla luce della riorganizzazione del MiBACT ci limitiamo a rinviare a Montanari T. 2015, Volpe G. 2015, Casini L. 2016. ↵

8) Cfr. in proposito Guarini  
M. R. 2012, in particolare  
pp. 121 ss. con rif. ↵

9) In questa direzione si è mosso, recentemente, il bando *MuSST - Musei e sviluppo dei sistemi territoriali* promosso dalla *Direzione generale Musei* appunto con il fine di incentivare da parte dei *Poli museali regionali* la costruzione di reti culturali territoriali. Per info si rinvia al sito istituzionale della DGMu:  
[www.musei.beniculturali.it](http://www.musei.beniculturali.it).



10) *“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”.* ↵

11) Carmosino C. 2013. Per incentivare la conoscenza della *Convenzione* e, per quanto possibile, accelerare le procedure di ratifica da parte del Parlamento, la *Direzione generale Musei* ne ha inglobato i principi in alcune delle sue principali attività di comunicazione, ponendola al centro di iniziative neoistituite come la *Festa dei Musei* (2-3 luglio, sul tema del 24° congresso internazionale ICOM di Milano, *Musei e Paesaggi culturali*) o di consolidata tradizione, come le *Giornate europee del Patrimonio* (24-25



settembre, sul tema  
*#culturaèpartecipazione*).

←

12) Due sono le ipotesi sulla cronologia dell'impianto della centuriazione: negli anni attorno al 40 a.C., quando nel confinante agro altinate è documentata la presenza di Asinio Pollione, generale dell'esercito incaricato di reperire terre da distribuire ai veterani (Cresci Marrone 2012) oppure nella prima metà del I sec. a.C., dopo la stesura della *via Aurelia*, un tratto della quale costituisce il *cardo maximus* della centuriazione (Lachin 2009, pp. 47-48). ↵

13) Sul paesaggio centuriato e sulle sue caratteristiche si veda Mengotti 2012, con bibliografia precedente. ↵

14) D.Lgs. 42/2004 art.  
142, comma 1, lettera m. ←

15) In particolare il progetto di allestimento si deve alla dott.ssa Simonetta Bonomi. Dalla sua apertura nel 2009 la sottoscritta riveste il ruolo di Direttore Scientifico della collezione museale. Ringrazio l'Associazione Piccoli Musei e in particolare l'amica e collega Simonetta Pirredda per avermi invitato a presentare il Museo a questo Convegno. ↵

16) Tutti i pannelli del Museo sono in testo bilingue italiano/inglese in Cipriano 2014. ↵

17) Si tratta  
dell'Associazione HerediA.

←

18) I corsi sono stati organizzati dalla Federazione dei Comuni del Camposampierese, di cui fa parte il Comune di Borgoricco e alla quale fa capo la gestione del territorio dal punto di vista turistico. ↵



19) Nel corso della #MuseumWeek2016, che tanto ha dato su Twitter ai Piccoli Musei, il profilo del Museo ha avuto 121.817 visualizzazioni in una settimana e fino a più di 5000 visualizzazioni per tweet, guadagnando una visibilità eccezionale e ottenendo l'obiettivo di farsi conoscere nel mondo. ↵

20) Dati raccolti in data 20  
Aprile 2016. ←

21) Dati raccolti in data 20  
Aprile 2016. ←

22) Ringrazio Chelsea Newburg e María Jesús Cabrera per la disponibilità e la professionalità. ⇩

23) Lugli 2006, p.281. ↵

24) La recensione è  
dedicata al Museo del  
Precinema di Padova. ↵

25) Lugli 1992, p. 7. ↵

26) Secondo un uso ormai diffuso, utilizzeremo l'acronimco inglese GLAM per riferirci all'insieme di gallerie, biblioteche (*libraries*), archivi e musei.

←



27) Per un'ampia panoramica di tali tematiche rimandiamo alle raccomandazioni pubblicate da UNESCO (<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002> e dal progetto REACHES (<http://www.riches-project.eu/policy-recommendations.html>) nel 2015/16, oltre alla strategia di Europeaana per il 2015/20 (<http://strategy2020.europeana.eu>).

←

28) Si veda, per il caso esemplare del Rijksmuseum di Amsterdam, Pekel J. 2014, *Democratising the Rijksmuseum*, Europeana (<http://espace.okfn.org/items/show/260>).

←

29) Rimandiamo al proposito alle raccomandazioni della Task Force Europea *Connecting networks for collaborating and information sharing*, 2015 (<http://pro.europeana.eu/taskforce/task-force-recommendations>).

←

30)

<http://wikilovesmonuments.wikimedia.it>

←

31)

<https://creativecommons.org/licenses/?lang=it> ↵

32)

[http://tools.wmflabs.org/wlm-](http://tools.wmflabs.org/wlm-stats)  
[stats](http://tools.wmflabs.org/wlm-stats) ↵

33)

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ba>

←

34) Per le premesse della costruzione della rete regionale, si veda Caneva S., 2015, *weLand connets Prosumers into a Glocal Network*, Digital Meets Culture, 2015 (<http://www.digitalmeetsculture.net/article/wconnects-prosumers-into-a-glocal-network>). Il modo più semplice per interagire con #WLPiemonte è iscriversi al gruppo facebook *Wiki Loves Piemonte*. ↵



35) La foto e i dati di riuso sono disponibili qui:

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:La>

Nel mese di giugno 2016, chi scrive è stato informato che la Sacra di Elio Pallard fa ora bella mostra di sé addirittura negli uffici di Wikimedia Foundation a San Francisco. Una foto è disponibile qui:

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:La>

A questo exploit vanno aggiunti i 342 monumenti fotografabili e le 758 foto caricate. Quest'ultimo dato ha fatto di #WLPiemonte2015 il secondo premio locale più prolifico di WLM Italia

2015, dopo Wiki Loves  
Genova. ←

36)

<https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:GLAM>

↵

37)

<http://wiki.wikimedia.it/wiki/Archeowiki>.

Si veda anche A. Antonini A. *et al.*, 2014, *Archeowiki: Enhancing archaeological heritage in Lombardy (Italy) with open-source strategies*, in *Information Technologies for Epigraphy and Cultural Heritage. Proceedings of the First EAGLE International Conference*, a cura di S. Orlandi *et al.*, Roma 2014, pp. 285-306, scaricabile in linea in modalità *open access*. ↵

38)

<https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:Coordi>

←

39) Si vedano  
rispettivamente

<https://it.wikivoyage.org/wiki/Asti>

e  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Museo\\_diocesano](https://it.wikipedia.org/wiki/Museo_diocesano)

←

40)

<https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:GLAM>

con una lista delle  
istituzioni italiane. ↵

41) Con il termine *maker* si designa l'artigiano digitale, figlio del movimento DIY (do it yourself) che utilizza strumentazioni tecnologiche (stampanti 3D, lasercut, circuiti elettrici).

←



42) La definizione *open source* significa letteralmente “codice sorgente aperto” ed indica un software o un hardware di cui gli autori rendono pubblico rispettivamente il codice sorgente e gli schemi elettronici o il design, permettendo a soggetti indipendenti di apportarvi modifiche ed estensioni o persino riutilizzarli per progetti terzi. Il codice sorgente del dispositivo hi-Storia è disponibile su <https://github.com/hi-Storia/> ↵

43) Secondo il censimento Istat del 2013 «sono 4.588 i musei e gli istituti similari, pubblici e privati, aperti al pubblico nel 2011, di cui 3.847 i musei, gallerie o collezioni, 240 le aree o parchi archeologici e 501 i monumenti e complessi monumentali».

Fonte:

<http://www.istat.it/it/archivio/105061> (ultima consultazione:

01/06/2016). Censimenti più recenti hanno individuato oltre diecimila musei di piccole dimensioni in tutto il territorio nazionale. Si veda a tal proposito l'articolo

pubblicato il 5 maggio 2016

al seguente

link:<http://www.difesa popolo.it/Cultura-Tempo-libero/Piccoli-musei-diecimila-angoli-d-Italia-da-valorizzare> (ultima consultazione: 01/06/2016) ↵

44) GPLv2 è l'acronimo di General Public License. La GNU GPL è una delle licenze con cui può essere rilasciato un software considerabile Open Source. La caratteristica principale delle opere protette da GPL è che i progetti derivati dall'opera principale sono vincolati ad essere a loro volta rilasciati con licenza open source GPL. In questo modo gli autori rendono disponibile il codice affinché venga usato nel software libero, con lo scopo di incoraggiare chi programma a fare altrettanto. Si veda:

<http://www.gnu.org/licenses/old-licenses/gpl-2.0.html> ↵

45) Maggiori informazioni sulle schede elettroniche Arduino sono disponibili al seguente link:  
<https://www.arduino.cc>  
(ultima consultazione: 01/06/2016) ↵

46) L'articolo, aggiornato al 2013, censisce poco più di 80 musei con percorsi sensoriali accessibili ai non vedenti.

<https://www.uiciechi.it/documentazione/pagiri>  
(ultima consultazione:  
01/06/2016) ↵

47) Un articolo pubblicato all'interno del Corriere dei Ciechi ed. 2015 n.2 quantifica il numero di disabili visivi in Europa: [https://www.uiciechi.it/servizi/riviste/TestoRi?id\\_art=17276](https://www.uiciechi.it/servizi/riviste/TestoRi?id_art=17276) . Sul numero di disabili visivi nel mondo è disponibile un articolo pubblicato su Il Sole 24 ore: <http://www.sanita24.ilsole24ore.com/art/mec e-ricerca/2015-12-07/disabilita-visiva-un-emergenza-trascurata-che-colpisce-300-milioni-persone-mondo-165723.php?uuid=ACezploB> ↵



48) Sui numeri del turismo  
accessibile si veda:  
<http://invisibili.corriere.it/2014/11/23/il-turismo-accessibile-vale-800-miliardi/>  
(ultima consultazione: 01/06/2016)

←

49) Gamification: utilizzo di dinamiche proprie del gioco (p.e. punti, livelli, premi) in contesti non ludici, per sollecitare impegno e competitività, per stimolare la ricerca di soluzione a un problema. Fonte: <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=gamification> ↵

50) Il termine coding si riferisce alla programmazione, ovvero alla scrittura di una sequenza di istruzioni, detta codice, finalizzata allo sviluppo di un software. ↵

51) Maggiori informazioni sul Piano Nazionale Scuola Digitale sono disponibili al seguente link: [www.scuola-digitale.it](http://www.scuola-digitale.it) ↵

52) Bonacini 2014, 2015 e  
c.d.s. ←

53)

<https://www.google.com/maps/views/streetview>  
gl=us. ↵

54)

<https://www.google.com/maps/views/streetviewproject?gl=it>. ↵

55)

[https://www.google.com/maps/views/streetview-wonders-project?gl=it.](https://www.google.com/maps/views/streetview-wonders-project?gl=it) ↵



56) Yu, Gong 2011. ↵

57) È il caso della collaborazione con la Riserva Naturale di Samburu in Kenya e con l'associazione *Save the Elephants*, utilizzando Street View per mappare il parco e gli elefanti per favorire la sensibilizzazione nei confronti di questi animali e del loro habitat

<https://googleblog.blogspot.it/2015/09/walk-alongside-elephants-of-samburu.html> . ↵

58) Priyono, Purwanto  
2007; Chen *et al.* 2008. ↵

59) Meyers 2010; Thakuria  
*et al.* 2013. ↵

60) Lonneville *et al.* 2015.

←

61)

<https://www.google.com/culturalinstitute/proj-of-machu-picchu?hl=it#>. ↵

62)

<https://www.google.com/maps/streetview/#pyof-giza>. ↵

63)

<https://www.google.com/maps/streetview/#jo>  
highlights. ↵



64)

<https://www.google.com/maps/streetview/#ar>

↵

65)

[https://www.google.com/intl/it/maps/streetview/world-heritage.](https://www.google.com/intl/it/maps/streetview/world-heritage) ↵

66)

<https://www.google.com/maps/about/behind-the-scenes/streetview/treks/angkor/>.

↵

67)

<https://www.google.com/maps/about/behind-the-scenes/streetview/treks/pyramids-of-giza/>. ↵

68)

[https://www.google.com/maps/about/behind-the-scenes/streetview/treks/petra/#streetview.](https://www.google.com/maps/about/behind-the-scenes/streetview/treks/petra/#streetview)

↵



*Created with Writer2ePub*  
*developed by Luca Calcinai*