



2019

IL CAPITALE CULTURALE

Studies on the Value of Cultural Heritage

eum

Rivista fondata da Massimo Montella



Il capitale culturale

Studies on the Value of Cultural Heritage
n. 20, 2019

ISSN 2039-2362 (online)

Direttore / Editor in chief
Pietro Petrarola

Co-direttori / Co-editors

Tommy D. Andersson, Elio Borgonovi,
Rosanna Cioffi, Stefano Della Torre, Michela
di Macco, Daniele Manacorda, Serge Noiret,
Tonino Pencarelli, Angelo R. Pupino, Girolamo
Sciullo

Coordinatore editoriale / Editorial coordinator
Giuseppe Capriotti

Coordinatore tecnico / Managing coordinator
Pierluigi Feliciati

Comitato editoriale / Editorial board

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca
Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati,
Valeria Merola, Enrico Nicosia, Francesco
Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni,
Federico Valacchi

Comitato scientifico - Sezione di beni culturali / Scientific Committee - Division of Cultural Heritage

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti,
Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni,
Pierluigi Feliciati, Maria Teresa Gigliozzi,
Susanne Adina Meyer, Marta Maria Montella,
Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Francesco
Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni,
Federico Valacchi, Carmen Vitale

Comitato scientifico / Scientific Committee

Michela Addis, Alberto Mario Banti, Carla
Barbati, Sergio Barile, Nadia Barrella, Marisa
Borraccini, Rossella Caffo, Ileana Chirassi
Colombo, Caterina Cirelli, Alan Clarke,
Claudine Cohen, Lucia Corrain, Giuseppe
Cruciani, Girolamo Cusimano, Fiorella Dallari,
Maria del Mar Gonzalez Chacon, Maurizio De
Vita, Fabio Donato, Rolando Dondarini,
Gaetano Maria Golinelli, Xavier Greffe, Alberto
Grohmann, Susan Hazan, Joel Heuillon,

Emanuele Invernizzi, Lutz Klinkhammer,
Federico Marazzi, Fabio Mariano, Aldo M.
Morace, Raffaella Morselli, Olena Motuzenko,
Giuliano Pinto, Carlo Pongetti, Marco Pizzo,
Adriano Prosperi, Bernardino Quattrococchi,
Mauro Renna, Margherita Rasulo, Orietta Rossi
Pinelli, Roberto Sani, Mislav Simunic, Simonetta
Stopponi, Michele Tamma, Frank Vermeulen,
Stefano Vitali

Web

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult>

e-mail

icc@unimc.it

Editore / Publisher

eum edizioni università di macerata, Corso
della Repubblica 51 – 62100 Macerata
tel (39) 733 258 6081
fax (39) 733 258 6086
<http://eum.unimc.it>
info.ceum@unimc.it

Layout editor

Roberta Salvucci

Progetto grafico / Graphics

+crocevia / studio grafico

Rivista accreditata AIDEA
Rivista riconosciuta CUNSTA
Rivista riconosciuta SIMMED
Rivista indicizzata WOS
Rivista indicizzata SCOPUS
Inclusa in ERIH-PLUS



Comunicazione e accessibilità culturale. L'esperienza di *Museo Facile*

Ivana Bruno*

Abstract

Il contributo punta l'attenzione sulla comunicazione e accessibilità culturale alla luce dell'esperienza condotta dal 2012 con il progetto *Museo Facile*. Il progetto mira a favorire e implementare l'accesso culturale ai musei grazie ad un sistema di comunicazione integrata, dinamica e comprensibile da fasce di pubblico diversificate, con particolare attenzione alle persone con disabilità. Tale sistema – coniugando strumenti tradizionali e nuove tecnologie (ricostruzioni virtuali in 3D, QR-Code, etc.) – prevede la progettazione e la realizzazione di supporti comunicativi e di contenuti multimediali improntati a principi di chiarezza, leggibilità, coerenza grafica e accessibilità, in linea con gli standard nazionali e con l'orientamento dell'Unione Europea nel settore della cultura. Il confronto interdisciplinare e la progettazione partecipata rappresentano il presupposto metodologico del progetto. Grazie a questo *modus operandi* sono stati realizzati, ridisegnandoli e ripensandoli, i prodotti che costituiscono gli strumenti di *Museo Facile*, partendo dai principali sussidi alla visita (cartellino dell'opera, pannello informativo, scheda di sala, segnaletica interna, etc.) che, pur in linea con la tradizione, presentano importanti innovazioni nelle loro componenti

* Ivana Bruno, Professore associato di Museologia, critica artistica e del restauro, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, via Zamosch, 43, 03043 Cassino, e-mail: i.bruno@unicas.it.

tipiche – testo, supporto, grafica – guadagnando in funzionalità ed efficacia comunicativa. È stata rivolta particolare attenzione al testo e alla semplificazione del linguaggio, ma anche allo studio del suo supporto, secondo i principi dell'*Universal Design*, e della grafica. Ausili specifici, integrati negli apparati – in particolare tavole tattili e altri materiali tiflodidattici, video in Lingua Italiana dei Segni (LIS) – favoriscono inoltre un approccio accessibile e diretto alle collezioni museali anche ai visitatori con disabilità visiva e uditiva, nell'ottica dell'integrazione e della partecipazione attiva di pubblici diversi.

The paper focuses on communication and cultural accessibility in the light of the experience conducted since 2012 with the Museo Facile project. The project aims to promote and implement cultural access to museums thanks to an integrated communication system which is dynamic and understandable to a diversified audiences, with particular attention to people with disabilities. This system – combining traditional tools and new technologies (virtual, 3D reconstructions, QR-Code, etc.) – sees to the design and implementation of communication and multimedia contents based on principles of clarity, readability, graphic consistency and accessibility, and in keeping with national standards, as well as the European Union's goals in the cultural sector. The project's methodology assumes interdisciplinary comparison and participatory planning. Through this *modus operandi*, the deliverables that make up Museo Facile's tools have been created, redesigned and rethought starting from elementary interpretive materials for visitors (labels, information panels, gallery cards, signs, etc.) which keep in line with tradition while presenting important innovations in components like text, support, graphics. These materials gain in functionality and communicative effectiveness. Particular attention was paid to the text and to language simplification, as well as the study of their graphic design and structure which were informed by principles of Universal Design. Specific materials were integrated into the apparatus – in particular tactile panels and other typhlodidactic materials, videos in Italian Sign Language (LIS) – also favor an accessible and direct approach to museum collections for visitors with visual and auditory disabilities in order to facilitate integration and active participation of different audiences.

1. Il progetto

Un museo non è soltanto luogo sacrale, cassaforte o archivio per gli addetti ai lavori: anzi deve essere soprattutto scuola e laboratorio, cioè recinto in cui la contemplazione e la meditazione si facciano attività vitale, nella presa di coscienza del proprio stato presente, attraverso l'esame della continuità storica, e il confronto con le testimonianze poetiche della condizione umana di altri luoghi e tempi. Quando l'opera d'arte non sarà più considerata un miracolo o un feticcio, ma quel prodotto dell'uomo che giunge a testimoniare la vita del proprio tempo nella dimensione assoluta dell'eterno, quando sarà intesa come un interlocutore sempre attuale, allora si comprenderà che il dovere di difenderla e ben conservarla non è noiosa pretesa di anime pie e di anacronistici eruditi, ma è impegno di ogni individuo che voglia essere politicamente cosciente del suo ruolo nella società in cui vive¹.

Così scriveva, negli anni Settanta del secolo scorso sul «Corriere della Sera» Franco Russoli, direttore della Pinacoteca di Brera dal 1957 al 1977 e tra i

¹ Russoli 1971a, ora in Bernardi 2017, p. 164.

più attivi fautori del rinnovamento della museologia italiana, auspicando un cambiamento dei paradigmi museali e lanciando sfide che appaiono ancora oggi più che mai attuali.

Al convegno romano *Il museo come esperienza sociale* del 1971, lo stesso Russoli affermava:

Occorre dimostrare che ‘museo’ significa tutt’altro da ciò che si crede sia un museo. E credo che la via più diretta ed efficace per farlo, e per salvare così anche tutte le altre sue funzioni istituzionali e specialistiche, sia proprio potenziare al massimo l’immagine del museo come crogiuolo e produttore di cultura².

A sessant’anni di distanza dagli accesi interventi del museologo militante, il mutamento di paradigma è stato avviato, anche grazie ai numerosi cambiamenti che hanno investito l’istituzione museale nel suo complesso, a livello normativo, ma anche dal punto di vista dei modelli organizzativi e gestionali, nonché delle modalità fruibili da parte del pubblico.

In questa trasformazione in atto, la comunicazione si è imposta progressivamente, dalla fine del ventesimo secolo ad oggi, come motore di funzionamento del museo³. Attore protagonista del nuovo sistema di produzione culturale è il pubblico – o meglio dire, i pubblici – verso il quale sono rivolti i più recenti indirizzi di ricerca e le strategie operative di carattere inclusivo⁴. Era stato proprio il convegno romano del 1971, grazie anche alla spinta propulsiva di Franco Russoli, a decretare la fine della concezione della cultura come patrimonio d’élite, aprendo la strada al principio dell’accesso ad essa da parte di tutti, sancito a livello internazionale dalla *Dichiarazione universale dei diritti dell’uomo* dell’ONU e recentemente ribadito con forza dalla *Convenzione quadro del Consiglio d’Europa sul valore del patrimonio culturale per la società*, cioè la cosiddetta Convenzione di Faro, entrata in vigore il 1° giugno 2011 e firmata in Italia nel 2013⁵.

² Russoli 1971b, ora in Bernardi 2017, pp. 165-170, in particolare 167.

³ La comunicazione è oggi al centro degli studi di museologia, nonché di numerose iniziative in ambito museale. Tra questi: De Carli 2003, 2007; Prete 2005; Pascucci 2007; Zuliani 2009; Marini Clarelli 2011; Cristofano, Palazzetti 2011; Fonti, Caruso 2012; Chaumie 2013; Gob, Drognet 2014; Da Milano, Sciacchitano 2015; Branchesi *et al.* 2016.

⁴ «Negli anni più recenti – come sostiene Solima (2012, p. 29) – si è fatta strada la consapevolezza che, più correttamente, il termine ‘pubblico dei musei’ vada declinato al plurale, in quanto, anche grazie alle attività di ricerca svolte a livello nazionale, sulla scia di quanto realizzato all’estero da numerosi decenni, si è compreso che è più corretto parlare di ‘pubblici’ dei luoghi di cultura, enfatizzando quindi, anche da un punto di vista semantico, la presenza di forti disomogeneità interne». Gli studi conosciuti in ambito internazionale con il termine *museum visitor studies* sono nati nei paesi anglosassoni e si sono sviluppati soprattutto negli ultimi due decenni dello scorso secolo. Per lo stato dell’arte cfr. Solima 2008, pp. 65-76. Si vedano in particolare: Falk, Dierking 1992 e 2000; Hooper-Greenhill 1995; Solima 2002; Bollo 2004; Bollo 2008; Ligozzi, Mastandrea 2008; Falk 2009; Strassoldo 2009.

⁵ Cfr. Feliciati 2016.

In questa direzione, volta a superare barriere che non sono solo fisiche – quelle architettoniche – ma anche cognitive e culturali, si pone il progetto *Museo Facile*, un progetto pilota di comunicazione e accessibilità culturale, ideato nel 2012 in collaborazione con il Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio (Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo) e realizzato fino ad oggi con il coinvolgimento attivo sia degli studenti dell'Ateneo di Cassino, sia di altri partner, quali la Soprintendenza alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea, il Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e Innovazione dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, la Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi, l'Istituto Statale per Sordi, l'Unione Nazionale Lotta contro l'Analfabetismo e, più recentemente, il Polo Museale del Lazio, anch'esso appartenente al Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo⁶.

Il progetto trae fondamento da una serie di assunti importanti: se è vero che il museo comunica attraverso le opere, che sono segni visivi, è altrettanto vero che non sempre il loro significato è immediatamente chiaro a tutti i visitatori. Per questo motivo serve che l'esposizione, in cui entrano in gioco vari elementi (dallo spazio all'allestimento, dall'illuminazione agli strumenti informativi), ne fornisca le più idonee chiavi di lettura. Gli apparati testuali, pur non costituendo il principale mezzo di comunicazione, ricoprono un ruolo importante: essi non devono essere fini a loro stessi o cercare di sostituire l'efficacia della parola scritta alla forza comunicativa che deve derivare naturalmente da un corretto allestimento, ma servono ad orientare il pubblico, a identificare le opere e a indirizzare verso una loro migliore comprensione⁷.

Nello specifico, l'idea progettuale da cui *Museo Facile* prende le mosse è di rendere l'ambiente di apprendimento museale accogliente ed efficace nei confronti anche di chi abbia difficoltà a partecipare attivamente alle offerte culturali del Paese, perché non ancora in grado di padroneggiare l'uso della lingua se non per testi elementari (immigrati, Nuovi Arrivati in Italia), o di converso non possenga più la capacità di farlo perché in condizioni di regressione culturale (analfabeti di ritorno), o ancora, a causa della sordità, si veda preclusa la piena comprensione della lingua, oppure, perché cieco o ipovedente, abbia la necessità del supporto di appositi dispositivi⁸. Ripensare la comunicazione nel museo concependo e sviluppando ogni intervento sulla base anche delle esigenze di questi visitatori non può che avere una ricaduta positiva su tutti i tipi di pubblico.

⁶ Le linee teoriche, i primi risultati del progetto e alcune delle più interessanti esperienze nazionali prese a modello sono documentate in Bruno 2015a. Le applicazioni più recenti del sistema *Museo Facile* sono prese in esame in Bruno, Orofino 2017; Bruno 2019.

⁷ Cfr. Jalla 2009, p. 13.

⁸ Sui destinatari del progetto si vedano: De Socio, Piva 2008; De Socio 2015; Des Dorides 2015; Di Meo 2015; Pallotta 2015.

Pertanto, l'obiettivo principale di *Museo Facile* consiste nella progettazione di nuovi strumenti e apparati comunicativi capaci di favorire l'orientamento e la conoscenza dei contenuti e dei significati delle raccolte museali puntando l'attenzione, in prima battuta, sull'uso di modalità espressive di facile comprensione.

Il progetto – concepito come un'occasione di ricerca e di sperimentazione anche nel campo della didattica universitaria⁹ – parte dunque da una riflessione sistematica sull'uso della lingua in contesti museali e dall'analisi e misurazione dell'efficacia dei sistemi di comunicazione¹⁰.

L'attenzione per gli apparati informativi è preceduta da uno studio rigoroso dello spazio museale allo scopo di costruire un percorso 'facile', in grado di rispondere alle esigenze dei diversi pubblici e fondato sull'accoglienza, sull'orientamento e sulla partecipazione, grazie a un sistema integrato di comunicazione che concilia strumenti tradizionali con il ricorso ai sussidi didattici e alle nuove tecnologie anche di tipo assistivo (QR Code, video in Lingua dei segni italiana LIS, pannelli termoformati, modelli tattili).

Il confronto interdisciplinare e la progettazione partecipata rappresentano il presupposto metodologico del progetto. Grazie a questo *modus operandi* sono stati realizzati tutti i prodotti che costituiscono gli strumenti di *Museo Facile* e che consentono di creare quel sistema integrato di comunicazione e accessibilità in grado di aprire le porte di qualsiasi istituzione museale ai diversi tipi di pubblico. Sono stati ideati e progettati, infatti, ripensandoli nel loro complesso, tutti i principali sussidi alla visita, per adattarli e renderli coerenti ai requisiti che – sulla base delle indicazioni fornite già dall'*Atto di indirizzo sui criteri tecnico scientifici e gli standard di funzionamento e di sviluppo dei musei*, adottato in Italia con decreto ministeriale del 10 maggio 2001¹¹, e più recentemente dal decreto ministeriale del 21 febbraio 2018 sull'*Adozione dei livelli minimi uniformi di qualità per i musei e i luoghi della cultura di appartenenza pubblica e attivazione del Sistema museale nazionale*¹² – ogni museo deve avere per assicurare standard di qualità nei rapporti con il pubblico. Dal cartellino dell'opera al pannello informativo, dalla scheda di sala alla segnaletica interna, sono supporti informativi tradizionali, studiati e predisposti per favorire la comprensione dei contenuti museali e per allargare il pubblico dei

⁹ Gli studenti hanno partecipato al progetto in qualità di tirocinanti. Alcuni di essi, coinvolti nella fase sperimentale, hanno continuato a collaborare anche nelle attività successive. Il loro apporto è documentato nella seconda parte del volume Bruno 2015a, pp. 149-254.

¹⁰ Sull'importanza di un'efficace costruzione dei cartellini e dei pannelli informativi si vedano in particolare: Coxall 1994, pp. 215-222; Bitgood 2000, pp. 31-45; Herreman 2004; Ravelli 2006; Ferrara 2007; Serrel 2015.

¹¹ *Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e di sviluppo dei musei*, in "Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana", n. 244, 19 ottobre 2001.

¹² *Adozione dei livelli minimi uniformi di qualità per i musei e i luoghi della cultura di appartenenza pubblica e attivazione del Sistema museale nazionale*, in "Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana", n. 78, 4 aprile 2018. Cfr. anche Montella, Dragoni 2010.

visitatori, andando incontro anche alle esigenze delle persone con disabilità¹³. Pur in linea con la tradizione, presentano però importanti innovazioni nelle loro componenti tipiche – testo scritto, supporto, grafica – guadagnando in funzionalità ed efficacia nel processo di comunicazione. In continuità con quanto sta sviluppando la Direzione Generale Musei del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo¹⁴ e facendo tesoro delle riflessioni maturate nell’ambito del dibattito internazionale¹⁵, è stata rivolta particolare attenzione non solo al testo e alla semplificazione del linguaggio ma anche allo studio del suo supporto e della sua componente grafica, rispondendo ai canoni dettati dal *Design for all*¹⁶. Ausili specifici, integrati negli apparati – in particolare tavole tattili e altri materiali tiflodidattici, video in LIS – favoriscono inoltre un approccio accessibile e diretto alle collezioni museali anche ai visitatori con disabilità visiva e uditiva, nell’ottica dell’integrazione e della partecipazione attiva di pubblici diversi.

Considerare coloro i quali vivono una situazione di disagio non solo i destinatari di iniziative di miglioramento della qualità della fruizione del patrimonio culturale ma soprattutto portatori di competenze e interlocutori attivi ha dato maggiore forza al progetto. La loro inclusione, già a livello progettuale, è stata fondamentale per orientare scelte anche di tipo tecnico, per valutarne *in itinere* l’efficacia e permettere di apportare in corso d’opera eventuali variazioni.

Particolarmente complessa, inoltre, è stata la valutazione dell’impatto del museo sul pubblico, prevista già nella fase sperimentale e identificata come una delle attività principali nell’esperienza svolta presso il Museo dell’Abbazia di Montecassino¹⁷. Non sempre infatti è possibile identificare e misurare gli

¹³ Per un’analisi delle componenti dei prodotti realizzati e delle scelte di tipo tecnico si vedano i contributi dei referenti delle varie aree di lavoro in Bruno, Orofino 2017, pp. 105-131.

¹⁴ Da Milano, Sciacchitano 2015. Si veda inoltre il recente *Piano per l’eliminazione delle barriere architettoniche (P.E.B.A.)* nei musei, complessi museali, aree e parchi archeologici con i quattro allegati, redatto dalla Direzione generale Musei del MIBACT nell’ottica del superamento delle barriere culturali, cognitive e psicosensoriali nei luoghi della cultura (Decreto dirigenziale del 27 giugno 2017). <<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2015/11/Linee-guida-per-la-redazione-del-Piano-di-eliminazione-delle-barriere-architettoniche-P.E.B.A.-nei-musei-complessi-monumentali-aree-e-parchi-archeologici.pdf>>, 26.11.2019.

¹⁵ Si vedano su questo tema gli incontri e i convegni organizzati da ICOM (<<https://icom.museum/en/resources/publications/>>, 11.07.2019). Tra gli ultimi: *Entre collections et publics* 2018.

¹⁶ Buchetti 2018 (con bibliografia precedente).

¹⁷ Fin dalla fase sperimentale del progetto si è ritenuto importante considerare nel team figure professionali con esperienza nel settore della valutazione dell’impatto del museo e nello studio dei visitatori. In quell’occasione è stata coinvolta Maria Mercedes Ligozzi (prematamente scomparsa nel 2014), che ha creato e diretto, dal 2006 al 2014, l’Osservatorio permanente sui visitatori della Galleria Nazionale d’Arte Moderna di Roma. L’analisi del pubblico è stata di seguito affidata a Celeste Stefania, dottore di ricerca in “Memoria e materia dell’opera d’arte, attraverso i processi di produzione, storicizzazione, conservazione, musealizzazione” dell’Università degli Studi della Tuscia, che ha studiato e utilizzato la Netnografia come metodo d’indagine sul pubblico. Cfr. Stefania 2015a e 2015b. I dati raccolti, analizzati durante il progetto, saranno oggetto di una

effetti perché – condividendo le riflessioni emerse nel recente progetto europeo *Diamond* – “spesso gli stessi visitatori possono non esserne consapevoli e i benefici possono manifestarsi in tempi diversi e sotto diverse forme”¹⁸.

2. Gli apparati comunicativi al Museo H.C. Andersen di Roma. Un prototipo concettuale

All'inizio del progetto il luogo di sperimentazione è stato il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, struttura satellite della Soprintendenza alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna fino all'inizio del 2015¹⁹. L'edificio, noto anche con il nome di Villa Helene, fu fatto costruire in stile neorinascimentale dallo scultore e pittore Hendrik Christian Andersen tra il 1922 e il 1925, nell'attuale quartiere Flaminio, all'epoca una delle zone di nuova espansione edilizia e oggi tra le più frequentate della città. Svolsse la funzione di studio e abitazione dell'artista di origine norvegese che, dopo un viaggio di formazione in Europa, nel 1896 si stabilì a Roma con la famiglia e vi rimase fino alla sua morte, avvenuta nel 1940²⁰.

La collezione conta numerose sculture tra gessi e bronzi – 47 delle quali di grandi dimensioni – più di 200 dipinti e 350 opere grafiche. Una raccolta quasi tutta incentrata attorno all'idea utopistica di una grande città universale, il Centro Mondiale di Comunicazione, nella quale potessero confluire i più alti risultati ottenuti nel campo delle arti, delle scienze, della filosofia, della religione e della cultura fisica dalle nazioni di tutto il mondo per favorire il progresso e il bene dell'umanità²¹. In questo contesto l'artista attribuiva grande valore alla comunicazione, in quanto mezzo di diffusione della conoscenza e strumento di progresso.

pubblicazione specifica. Nella progettazione delle future attività si prevede di approfondire, con il supporto di competenze specifiche, l'aspetto relativo alla valutazione dell'impatto del museo sul pubblico. A tal proposito modelli operativi e risultati di altre esperienze progettuali di utile riferimento sono in: Kelly 2006; Nicholls *et al.* 2012; Bollo 2013; Nicholls *et al.* 2013.

¹⁸ Di Milano, Falchetti 2014, p. 101.

¹⁹ A seguito della riorganizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo attuata tra la fine del 2014 e l'inizio del 2015 dal ministro Dario Franceschini, il Museo H.C. Andersen ricade oggi sotto la tutela del Polo Museale del Lazio, istituito in base al Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 29 agosto 2014, n. 171, in vigore dall'11 dicembre 2014. Il Polo è diventato operativo dal 9 marzo 2015, con la nomina del suo direttore, Edith Gabrielli. Sulla figura di H.C. Andersen e la storia del museo cfr: Di Majo 2008; Fabiani 2008; Ciotta 2011; Amaturò 2013 e 2014.

²⁰ La palazzina, con l'intero corredo di opere e arredi conservati al suo interno, fu lasciata allo Stato Italiano, ma solo nel 1978, dopo la morte della sorella adottiva di Hendrik Christian Andersen, Lucia, beneficiaria del lascito, passò sotto la tutela della Soprintendenza alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e, alla fine del 1999, fu aperta al pubblico.

²¹ Cfr. Ciotta 2011.

Così infatti dichiara lo stesso Andersen:

Io voglio fondare un'ampia e nuova città internazionale, nella quale le più importanti manifestazioni della civiltà umana vengono centrate, radunate da ogni parte del mondo, per poi nuovamente essere riversate, coordinate e dirette, in torrenti apportatori di bene e di progresso nel mondo intero²².

Il suo pensiero riflette una visione pacifista che rimanda alla convinzione assai diffusa all'epoca «della necessità dell'impegno degli intellettuali per ricostruire un mondo pacificato attraverso gli strumenti e le istituzioni della cultura, i musei in prima linea per la loro intrinseca vocazione educativa», e richiama subito alla mente progetti più noti come le utopie urbanistiche di Le Corbusier²³.

Il Centro Mondiale di Comunicazione non fu mai realizzato, ma l'idea si materializzò nei disegni dell'artista e in un articolato progetto, messo a punto insieme con l'architetto francese Ernest Michel Hébrard tra il 1901 e il 1911 e presentato in un volume pubblicato nel 1913 con il titolo *Creation of a World Centre of Communication*²⁴.

Nella fase sperimentale di *Museo Facile*, il Centro Mondiale di Comunicazione è stato inconsapevolmente la musa ispiratrice, Hendrik Christian Andersen il mentore e la sua utopia, in qualche modo, l'obiettivo da perseguire.

Ne è risultata l'elaborazione di linee guida e, sulla base di esse, sono stati realizzati gli strumenti di comunicazione integrata funzionali alla comprensione delle collezioni museali e all'utilizzo del museo come luogo di incontro, scambio di esperienze e integrazione sociale²⁵.

Nell'ambito della ricca collezione di Andersen, l'attenzione è stata volutamente indirizzata su un complesso scultoreo in particolare: la *Fontana della Vita*, che rappresentava per l'artista il cuore della sua città ideale ed al quale appartiene il nucleo più consistente delle opere esposte.

Nella scelta degli strumenti da utilizzare è prevalsa la volontà di conciliare il ricorso a mezzi tradizionali, quali gli apparati scritti (schede di sala e cartellini), con l'utilizzo delle nuove tecnologie (QR Code, ricostruzione 3D, modello tattile realizzato con plotter elettronico tridimensionale), improntando in entrambi i casi i testi informativi e i contenuti multimediali a principi di chiarezza, leggibilità, coerenza grafica e accessibilità. È stata fatta inoltre la precisa scelta di costruire un percorso unico per tutti i tipi di pubblico, comprese le persone con disabilità visiva e uditiva, puntando sul processo partecipativo e mirando all'integrazione sociale, alla comprensione e al rispetto delle diversità. Ciò è stato

²² H.C. Andersen, in Di Majo 2008, p. 14.

²³ Cfr. Dalai Emiliani 2009, pp. 13-51.

²⁴ Andersen, Hébrard 1913.

²⁵ Sulla fase sperimentale cfr. Bruno 2015a. Cfr. anche Bruno 2017a, pp. 19-28 e Bruno 2017b, pp. 105-131 che illustrano e descrivono in modo puntuale i prodotti realizzati.

reso possibile anche con l'adozione di una particolare tipologia di supporto di nuova concezione, ideato nell'ambito del progetto: una struttura autoportante in plexiglass, che risponde agli standard di altezza previsti dalla normativa per persone con disabilità motoria su sedia a ruote e ai canoni del *Design for all* e che contiene tutti gli strumenti necessari per orientare il visitatore e guidarlo nel lavoro di ricontestualizzazione delle opere, dalle schede di sala alle immagini storiche, dalla planimetria alle ricostruzioni grafiche²⁶.

Grazie a questa struttura, anche il visitatore con disabilità visiva è messo in condizione di usufruire delle tavole termoformate e, tramite il QR Code, della sintesi vocale dei testi delle schede di sala²⁷; le persone sorde sono invece guidate dai video in Lingua Italiana dei Segni (LIS) appositamente realizzati da un team di professionisti dell'Istituto Statale per Sordi di Roma, che in sinergia con gli altri membri del gruppo di lavoro ha seguito tutte le fasi di lavorazione, dall'adattamento dei contenuti alla resa in LIS alle riprese video e montaggio²⁸ (figg. 1-2).

In questa fase sperimentale è stata dedicata molta attenzione al testo scritto²⁹, mirando innanzitutto alla semplificazione del linguaggio e alla chiarezza espositiva: un'operazione non intesa nel senso di impoverire il contenuto, ma al contrario un delicato lavoro, colto e raffinato, rivolto a sottrarre complicazione e ad aggiungere senso al discorso³⁰.

Del testo ci siamo occupati non solo sul piano del contenuto e della lingua, ma anche della strutturazione tipografica³¹, in accordo con quanto sostenuto dai più recenti studi secondo i quali l'apparato scritto è al tempo stesso testo e immagine, e di conseguenza la comunicazione scritta nel museo deve rispondere a criteri di leggibilità (cioè comprensibilità) che si intrecciano e fondono con la sua visibilità³². Alla cura dei valori propri della scrittura semplice e chiara deve sommarsi dunque quella per la forma visiva: dalle dimensioni del testo alle caratteristiche del suo supporto, dalla sua posizione alla riconoscibilità della sua funzione nella logica discorsiva del museo, dalla sua congruità alla coerenza con il contesto.

Nel caso degli apparati testuali per il Museo Andersen, l'utilizzo del modello maieutico (domanda-risposta), oltre ad agevolare il processo di lettura e comprensione del testo, favorisce una strutturazione tipografica efficace, inducendo a organizzare lo scritto in blocchi informativi, evidenti graficamente,

²⁶ Su questo aspetto cfr. Bruno 2015b, pp. 85-89.

²⁷ Sul QR Code e le sue potenzialità all'interno del progetto cfr. A. Chiarlitti, in Bruno 2015a, pp. 164-166. Sugli ausili per le persone con disabilità visiva cfr. Fenici 2015.

²⁸ Sugli ausili per le persone con disabilità uditiva cfr. Des Dorides 2015.

²⁹ Lauti 2015a; Lauti 2015b.

³⁰ Da Milano, Sciacchitano 2015.

³¹ Sono state seguite norme redazionali già sperimentate e codificate in Bucciarelli 2004, e sintetizzate in T. Valente, in Bruno 2015a, pp. 162-163.

³² Jalla 2009, p. 16. Cfr. anche Rodari 2009; Bruni 2009.

che possono essere letti anche in modo indipendente. Per gli stessi motivi i testi non hanno rimandi tra loro e ogni porzione di essi ha senso compiuto.

L'altro strumento che intende integrare la comunicazione all'interno del Museo è il modello tridimensionale della *Fontana della Vita*, basato su uno studio attento del volume *Creation of a World Centre of Communication* e dei materiali grafici conservati nel Museo. È un modello sia virtuale – visibile attraverso un audiovisivo che ha lo scopo di introdurre il visitatore più direttamente ed ‘emozionalmente’ alla comprensione della *Fontana della Vita* – sia plastico con un'apposita legenda esplicativa in braille, esplorabile tattilmente e inserito all'interno del percorso museale³³ (fig. 3). Il modello tattile, come risulta evidente, è uno strumento utile a tutti perché contribuisce a riportare a unità i singoli tasselli, cioè le sculture incontrate durante la visita. Accanto ad esso sono collocate statuette in bronzo realizzate dallo stesso Andersen che riproducono le sculture della *Fontana della Vita*, anch'esse esplorabili tattilmente. In questo modo è favorita la percezione aptica dell'opera d'arte, facendo sì che l'esperienza percettiva della persona cieca non sia affidata solo alla descrizione verbale, come spesso avviene nei musei nei quali prevale quasi sempre il divieto di toccare³⁴.

Per rendere chiaramente riconoscibile il percorso di *Museo Facile*, in particolar modo quando interviene all'interno di un allestimento già esistente come nel caso del Museo Andersen, ne è stata studiata con grande impegno l'immagine coordinata³⁵. L'esigenza è quella non solo di caratterizzare il percorso ma anche di mettere con forza in luce gli obiettivi del progetto. Oltre al ricorso a una presentazione grafica sempre coerente, sono stati elaborati un *brand* e un *logo* utilizzati, secondo le esigenze, in tutti gli apparati comunicativi e nell'attività di promozione. Per la realizzazione del *logo* le proposte sul piano grafico sono state molteplici, ma sempre incentrate sul tema dell'accessibilità e della possibilità di fornire una chiave di lettura comune, che consentisse di aprire il museo a noi stessi e agli altri³⁶. Il motivo caratterizzante del *brand* sono i pubblici diversi, ognuno evocato attraverso una delle lettere che compone la

³³ Il modello 3D e l'audiovisivo sono stati realizzati dall'architetto Lorenzo Mattone, che collabora al progetto fin dall'inizio dell'attività. L'audiovisivo è visibile in una sala apposita al primo piano, insieme agli altri video realizzati nell'ambito del progetto *Museo Facile* e a quelli già esistenti. Il modello tattile è stato realizzato invece dalla Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi, partner del progetto dal 2012.

³⁴ Per approfondimenti su questo aspetto cfr. Secchi 2004; Grassini 2015; Grassini *et al.* 2018.

³⁵ L'immagine si dice «coordinata» quando gli elementi di comunicazione visiva (loghi, colori, caratteri tipografici, impaginazione e presentazione grafica, impostazione della comunicazione promozionale) sono coerenti l'uno con l'altro, contribuendo a rafforzare l'identità visiva, e quindi la riconoscibilità, di un'istituzione, azienda, organizzazione e qualsiasi altra entità sociale, commerciale o concettuale a cui si riferisce. Cfr. ad esempio Pasca, Russo 2005.

³⁶ L'immagine coordinata è stata oggetto di seminari, durante i quali sono intervenuti professionisti esterni, che hanno guidato gli studenti nella progettazione e nella formulazione delle proposte. Cfr. S. Vitti, in Bruno 2015a, p. 172; Ettore 2015.

parola museo: la «M» scritta da un bambino, la «U» in braille, la «S» da un anziano, la «E» in cirillico, la «O» in LIS.

3. Le altre esperienze

3.1 Il Museo dell'Abbazia di Montecassino

Alla fase sperimentale è seguita una più completa e articolata applicazione del progetto all'interno del Museo dell'Abbazia di Montecassino, dove nel 2016 sono stati realizzati gli apparati comunicativi della sezione di arte medievale³⁷.

Il Museo, aperto al pubblico nel 1980, conserva una ricca collezione di opere che consente di seguire la storia della basilica nelle sue fasi principali, dall'età di Desiderio (sezione arte medievale) alla ricostruzione barocca (sezione arte moderna), fino ai ritrovamenti archeologici del Novecento (sezione archeologia)³⁸. Un gruppo prezioso di stampe e carte geografiche, anch'esso esposto, contribuisce a ricostruire l'aspetto precedente del monumento e la storia dell'Abbazia. Uno spazio rilevante occupano, inoltre, i corali e i libri d'ore che rappresentano una parte del prezioso patrimonio librario custodito nell'Archivio dell'Abbazia. Numerosi sono anche i paramenti sacri, le suppellettili ecclesiastiche e gli avori, provenienti da acquisizioni e lasciti, esposti in una sezione specifica del Museo.

A differenza del museo romano, l'Abbazia di Montecassino è al centro di un vasto flusso turistico e costituisce, per il patrimonio storico-artistico di enorme importanza che conserva, una delle principali attrazioni per le scuole di ogni ordine e grado del territorio. Tuttavia nel Museo la scarsa presenza di materiali informativi e didattici – pochi cartellini, alcuni dei quali con informazioni errate – ha diminuito notevolmente le sue potenzialità come ambiente di 'apprendimento

³⁷ Il finanziamento è stato ottenuto dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca a seguito della partecipazione al bando di concorso nazionale *Progetti didattici nei Musei, nei siti di interesse archeologico, storico e culturale o nelle istituzioni culturali e scientifiche*, nota Reg. prot.n. 10245/2015 con il progetto *Nuovi apparati comunicativi per il Museo dell'Abbazia di Montecassino*, responsabile scientifico: Ivana Bruno. Il progetto, coordinato da chi scrive insieme con Giulia Orofino e Gianluca Lauti, si avvale del contributo della direttrice del Museo, Gabriella Musto e del sostegno dell'abate di Montecassino, don Donato Ogliari. L'attenzione in questo caso è stata maggiormente rivolta alle giovani generazioni, agli studenti stranieri con cittadinanza non italiana, agli studenti con ambiente familiare non italofono e agli studenti portatori di disabilità visiva e uditiva. È in corso la prosecuzione del progetto con la realizzazione degli apparati comunicativi nelle altre sezioni del Museo. Sul progetto, le opere prese in esame e i prodotti realizzati cfr. Bruno, Orofino 2017.

³⁸ Sulle vicende storiche del Museo una sintesi è in Bruno, Orofino 2017, p. 53. Sulla storia dell'Abbazia e il suo patrimonio cfr. Bloch 1986; Orofino 1994-2006; Dell'Omo 1999; Aceto, Lucherini 2001; Cigola 2005; Orofino 2013.

informale'. Inoltre, il ruolo di grande attrattore culturale esercitato dall'Abbazia ha inciso finora negativamente sul Museo, relegandolo in una posizione secondaria, anche a causa della mancanza di un adeguato programma di promozione e valorizzazione delle collezioni. Nel Museo, infatti, si è assistito ad una situazione opposta rispetto a quella dell'Abbazia, con numeri limitati di ingressi e conseguente contrazione di servizi che ha provocato inevitabilmente l'instaurarsi di un circolo vizioso, condannando l'istituzione all'anonimato.

I nuovi apparati comunicativi realizzati rispondono invece alla volontà di attuare una strategia di valorizzazione del Museo che rafforzi il legame storico e culturale con l'Abbazia, ponendolo in una posizione di complementarità. La metodologia adottata segue quindi due principi base: un nuovo sistema di comunicazione mirato all'accessibilità culturale delle collezioni e l'integrazione del Museo con il complesso monastico al fine di creare il binomio inscindibile "abbazia-museo" in una logica consequenzialità e sinergia.

L'intervento realizzato ha riguardato nello specifico le sale del Museo dedicate all'età medievale, che corrispondono a sei ambienti: il ballatoio, il chiostro di Sant'Anna, la cappella di Sant'Anna e le tre sale di Desiderio.

Il patrimonio che vi è esposto comprende porzioni di pavimento e di sculture dell'Abbazia romanica, affreschi e pitture murali databili dal X al XIII secolo staccati da edifici ecclesiastici della Terra di San Benedetto, oltre a capitelli e rilievi altomedievali provenienti anche da altre dipendenze del monastero, che per la loro frammentarietà e decontestualizzazione risultano di non sempre facile comprensione al pubblico.

Gli apparati e gli strumenti comunicativi, progettati e realizzati secondo le linee guida messe a punto durante la fase sperimentale e ulteriormente definite in questa occasione, consistono in pannelli di orientamento termoformati, cartellini bilingui (italiano e inglese) che rispettano gli standard per l'accessibilità (accorgimenti grafici e cromatici, font sans serif, etc.), come al Museo Andersen, e con traduzione in braille per le opere che possono essere esplorate tattilmente; pannelli di sala bilingui (italiano e inglese), basati sulla semplificazione del linguaggio scritto e corredati dalla sintesi del testo tradotta in braille; schede di sala bilingui (italiano e inglese) per l'osservazione e l'analisi delle opere; video LIS; audiovisivi sul Museo e sul progetto (fig. 4-5). Anche al Museo dell'Abbazia di Montecassino gli apparati contengono un QR Code, leggibile con un qualunque dispositivo dotato di fotocamera e software necessario per la lettura, che consente il collegamento a informazioni aggiuntive sul complesso museale, sulle opere in esso contenute e sulla sua contestualizzazione urbanistica³⁹. Il QR Code è anche implementabile ed è stato studiato per essere accessibile ai visitatori ciechi, individuando un'applicazione di lettura che non andasse in conflitto con il dispositivo *Voice Over* di cui è dotato comunemente

³⁹ Cfr. A. Chiarlitti, in Bruno, Orofino 2017, pp. 130-131.

lo smartphone e corredandolo di un apposito riquadro sopraelevato per consentirne l'individuazione tattile (fig. 6).

Il risultato che, con la prosecuzione del progetto anche nelle altre sezioni del Museo, si intende raggiungere è di dotare tutta la struttura museale di un nuovo sistema di comunicazione che possa renderla accessibile a pubblici diversi. Al contempo – attraverso la scelta dei contenuti, la revisione del percorso museale e la valorizzazione soprattutto delle opere e dei materiali anche frammentari provenienti dalla chiesa abbaziale di Desiderio – si vuole mettere in luce la vera identità del Museo strettamente legata alla storia dell'Abbazia, oggi notevolmente offuscata dalla linea promozionale finora seguita, che ha puntato tutta l'attenzione sull'acquisizione del cosiddetto *Tondo Botticelli*, opera donata dalla famiglia Masi di Montecatini, che non ha alcun legame con il patrimonio di Montecassino e la cui attribuzione al noto artista fiorentino è priva di fondamento scientifico.

In questi nuovi apparati realizzati per Montecassino si è lavorato molto sui due aspetti centrali intorno ai quali ruota il sistema *Museo Facile*: il testo e la comunicazione visiva.

Oltre alle regole di semplificazione linguistica già adottate al Museo Andersen, riguardanti sia la componente testuale sia la forma grammaticale, per non sacrificare del tutto la terminologia storico-artistica è stata prevista l'istituzione di un glossario di facile accesso – denominato *Le parole dell'arte* – consultabile attraverso il QR-Code⁴⁰.

Sul versante della comunicazione visiva sono stati introdotti nuovi elementi grafici, che mettono in luce gli *input* del progetto: una chiave moderna, che indica la volontà di aprire il museo a tutti i tipi di pubblico utilizzando modalità e strumenti innovativi, e il sottotitolo 'semplice capire' posto accanto alla consueta scritta *Museo Facile*⁴¹. Insieme ad un uso coerente dei colori, è stato raggiunto così l'obiettivo di creare un'immagine coordinata, allo scopo di caratterizzare il percorso museale, rendendolo facilmente individuabile, e di rafforzare la riconoscibilità del progetto.

Particolare attenzione inoltre è stata rivolta all'immagine, alla quale si fa ricorso negli apparati didattici per fornire un valore aggiunto, un ulteriore elemento cioè che possa guidare alla comprensione della raccolta museale e della descrizione fornita⁴². A tale scopo la documentazione fotografica è stata accuratamente selezionata e studiata per evitare il rischio di far decadere l'immagine ad una funzione puramente esornativa.

Il centro focale del percorso museale è costituito dal prezioso pavimento a mosaico geometrico in marmi policromi della chiesa abbaziale di Desiderio

⁴⁰ Sulla semplificazione linguistica cfr. G. Lauta, in Bruno, Orofino 2017, p. 118. Il glossario è consultabile in: <<http://www.museofacile.unicas.it/category/glossario-le-parole-dellarte/>>.

⁴¹ Cfr. E. Colella, in Bruno, Orofino 2017, pp. 124-126.

⁴² Cfr. G. Alfano, in Bruno, Orofino 2017, p. 129.

(1058-1087), realizzato entro il 1071, per volere dello stesso abate, che fece appositamente arrivare da Costantinopoli le maestranze specializzate nella tecnica del mosaico e acquistò a Roma i marmi necessari. Questa è la ragione per cui l'immagine grafica identificativa della sezione medievale è desunta proprio da uno dei motivi decorativi del pavimento, l'*opus spicatum*, disegno a forma di spiga di grano.

Nelle due Sale di Desiderio sono esposti i brani più significativi, recuperati da Don Angelo Pantoni dopo il secondo conflitto mondiale, che mostrano il ricco repertorio ornamentale derivante dalla tradizione classica, e poi presente nella produzione cosmatesca, e la varietà e pregio dei marmi impiegati⁴³.

Al pavimento è dedicata un'intera postazione tattile che riproduce sia l'incisione del 1713 pubblicata da Erasmo Gattola nella sua storia dell'Abbazia, dalla quale è possibile ricostruire l'aspetto originario, sia il rilievo dei resti superstiti visti da Don Angelo Pantoni sotto il pavimento del 1728 in seguito ai bombardamenti del 1944 (fig. 7)⁴⁴. Il racconto della storia, gli approfondimenti sulla tecnica, sui materiali e sui motivi ornamentali e la descrizione dei singoli frammenti esposti sono affidati ad un libro tattile fissato direttamente alla struttura e facilmente sfogliabile. È questo uno strumento del tutto nuovo, che attraverso le immagini e il supporto grafico consente facilmente a tutti di collegare i frammenti esposti alla rappresentazione del pavimento di Erasmo Gattola. La postazione tattile acquista ancora più forza e significato grazie alla possibilità offerta di esplorare tattilmente le opere. I percorsi di *Museo Facile* cercano infatti sempre di garantire questa opportunità, compatibilmente con le esigenze di conservazione.

3.2 Luoghi del Contemporaneo a Cassino

Con il recente progetto *Luoghi del Contemporaneo a Cassino*⁴⁵ la sfida è stata quella di rendere 'semplice capire' le opere d'arte contemporanea presenti in città e di creare una rete fatta di "reciproche relazioni che legano architetture,

⁴³ Sul pavimento cfr. Longo 2014.

⁴⁴ Gattola 1733, tomo I, tav. VI. Sulla postazione tattile realizzata per facilitare la contestualizzazione dei frammenti cfr. Bruno 2017a, pp. 33-36; Bruno, Orofino 2017, pp. 61-67.

⁴⁵ Il progetto si inserisce nell'ambito della iniziativa *Itinerario nei luoghi del contemporaneo a Cassino. Da Sol Lewitt a Mimmo Paladino* (coordinamento scientifico: Ivana Bruno, Giulia Orofino, Caterina Toschi), promossa nell'Ottobre 2017 dal Dipartimento di Lettere e Filosofia e dalla Delega alla Diffusione della cultura e della conoscenza dell'Ateneo cassinate, risultata tra i vincitori del bando del Consiglio Regionale del Lazio *Programma per la concessione di contributi a sostegno d'iniziative idonee a valorizzare sul piano culturale, sportivo, sociale ed economico la collettività regionale*. L'iniziativa ha potuto godere, oltre del finanziamento della Regione Lazio (delibera nr. 53 del 9 maggio 2017), dei contributi della Fondazione CAMUSAC, del Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e Innovazione (CUDARI) dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale e dell'Archeoclub d'Italia, sede di Cassino «Latium Novum».

paesaggi naturali, memorie e tradizioni... di paragoni e di raffronti che non possono farsi che sul posto”, come scrisse l’archeologo Quatremère de Quincy nel 1796 anticipando, con grande modernità per l’epoca, il concetto di museo diffuso⁴⁶.

In questo caso, infatti, il confronto non riguarda una realtà museale, che aveva già una sua anima, una sua identità da esprimere e valorizzare, ma singole opere d’arte contemporanea – appartenenti in gran parte all’Università di Cassino – collocate in luoghi diversi e molto frequentati, ma per lo più del tutto ignorate, in primo luogo dagli stessi studenti che ogni giorno vi passano accanto.

I lavori ai quali si fa riferimento sono: *Senza Titolo* di Klaus Münch, *Tre Sfere* di Eliseo Mattiacci, *Senza Titolo (Il Pozzo)* di Jannis Kounellis, *Orion* di Cristina Pizarro, *Specchio Solare* Bizhan Bassiri, *E Non Sarà Mai Meno Che Esserci* di Antonio Gatto, *(Attraversare) Scala Celeste* di Renato Ranaldi, *Senza Titolo* di Vittorio Messina, *Four Pillars* di Sol LeWitt, *Monumento alla Pace* di Umberto Mastroianni, *Studio del Monumento alla Pace* di Umberto Mastroianni⁴⁷. Si tratta di installazioni *site-specific* destinate dalla fine degli anni Novanta ad alcune aree dell’Ateneo di Cassino⁴⁸, ad eccezione del *Monumento alla Pace* di Umberto Mastroianni, posto sul versante sud di Rocca Janula, e dello studio di questo monumento, realizzato sempre da Mastroianni, che si trova nel centro della città (fig. 8), opere quest’ultime appartenenti al Comune di Cassino.

Tutte insieme costituiscono il primo nucleo del museo diffuso di arte contemporanea nel territorio cassinate, che inaugura un nuovo percorso culturale in grado di dare a Cassino un’identità artistica diversa da quella tradizionalmente riconosciuta di città ‘martire’ della seconda guerra mondiale.

Il percorso ha il suo momento culminante al CAMUSAC, il Museo di Arte Contemporanea di Cassino, dove sono custoditi capolavori di numerosi grandi protagonisti dell’arte contemporanea, che permettono di spaziare dall’arte degli anni Sessanta all’arte povera, concettuale e minimalista di Kounellis, Pistoletto, Sol Lewitt agli anni Ottanta e Novanta. Un percorso che, come mostrano le opere grafiche di Mimmo Paladino ispirate dalle miniature del codice *De Universo* di Rabano Mauro ed esposte al CAMUSAC nella mostra allestita appositamente in occasione dell’iniziativa *Itinerario nei luoghi del contemporaneo a Cassino. Da Sol Lewitt a Mimmo Paladino*, si completa concettualmente e simbolicamente a Montecassino, che nel suo archivio storico conserva questo prezioso e importantissimo manoscritto⁴⁹.

⁴⁶ Quatremère de Quincy 2002, p. 3.

⁴⁷ Le opere, che vengono presentate nella prima sezione del volume Bruno, Orofino 2017, pp. 75-83, sono analizzate in Toschi 2017, che ricostruisce la storia della collezione. Si veda anche Corà 2012.

⁴⁸ I lavori rientrano nel progetto di Bruno Corà di realizzare un parco urbano di sculture dell’Italia meridionale. A tal proposito cfr. Corà 2012; Toschi 2017.

⁴⁹ Cfr. Orofino 2017, pp. 15-22.

Il museo diffuso di arte contemporanea si fonda su quelle «relazioni reciproche» di cui parlava Quatremere de Quincy, ma anche sul rapporto sinergico tra istituzioni diverse, sancito da convenzioni (risale a 2 anni fa quella stipulata tra il nostro Ateneo e il CAMUSAC) che dovrebbero portare all'organizzazione in rete delle diverse realtà territoriali, secondo un modello abbastanza ambito oggi a livello nazionale e internazionale, per migliorare e semplificare la gestione e la valorizzazione del patrimonio culturale, garantendo soprattutto una più alta qualità delle attività e dei servizi al pubblico⁵⁰.

In questa direzione si inserisce il sistema di comunicazione *Museo Facile* che, per il progetto di museo diffuso, assume una funzione unificante rispetto al pubblico, anche grazie alla sua immagine coordinata, ben definita graficamente e concettualmente (figg. 9-10).

Una vera e propria sfida che, attraverso innanzitutto la semplificazione del linguaggio, si propone di 'spiegare' – rendendo semplice capire – l'arte contemporanea, cercando di superare la diffidenza di quel pubblico che la ritiene spesso ostica, talvolta del tutto incomprensibile.

Riferimenti bibliografici / References

- Aceto F., Lucherini V., a cura di (2001), *Leone Marsicano. Cronaca di Montecassino (III 26-33)*, Milano: Jaka Book.
- Amaturo M., a cura di (2013), *Museo H.C. Andersen. Allestimenti e ricerche*, rivista on line, n. 1, <http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM_daleggere/Musei_daleggere/> Andersen1.
- Amaturo M., a cura di (2014), *Museo H.C. Andersen. Allestimenti e ricerche*, rivista on line, n. 2, <http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM_daleggere/Musei_daleggere/Andersen2>.
- Andersen H.C., Hébrard E.M. (1913), *Creation of a World Centre of Communication*, Paris: Philippe Renouard.
- Bernardi E., a cura di (2017), Franco Russoli, *Senza utopia non si fa realtà. Scritti sul museo (1952-1977)*, Milano: Skira.
- Bitgood S. (2000), *The Role of Attention in Designing Effective Interpretive labels*, «Journal of Interpretation Research», vol. 5, n. 2, pp. 31-45.
- Bloch H. (1986), *Monte Cassino in the Middle Ages*, 3 voll., Roma: Edizioni di storia e letteratura.
- Bollo A. (2004), *Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*, Bologna: Istituto per i beni artistici, culturali e naturali.
- Bollo A. (2008), *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, Milano: Istituto per i beni artistici, culturali e naturali.
- Bollo A. (2013), *Report 3. Measuring Museum Impacts, The Learning Museum Network Project*, Regione Emilia Romagna, <<http://online.ibc.regione>.

- emilia-romagna.it/I/libri/pdf/LEM3rd-report-measuring-museum-impacts.pdf, 01.07.2016>.
- Branchesi L., Curzi V., Mandarano N., a cura di (2016), *Comunicare il museo oggi. Dalle scelte museologiche al digitale*, Atti del Convegno (Roma 2016), Roma: Skira.
- Bruni S. (2009), *La leggibilità dei testi: consapevolezza e progetti*, in *La parola scritta nel museo. Lingua, accesso, democrazia*, Atti del Convegno (Arezzo 2008), Firenze: Regione Toscana, pp. 77-86.
- Bruno I., a cura di (2015a), *Museo Facile. Progetto sperimentale di comunicazione e accessibilità culturale*, collana "Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia", 12, Cassino: Università degli studi di Cassino e del Lazio meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia.
- Bruno I. (2015b), *Museo Facile. Nuovi strumenti comunicativi e nuovi percorsi per pubblici diversi*, in Bruno I. (2015a), pp. 55-94.
- Bruno I. (2015c), *Esporre per comunicare. Dall'analisi del Museo H.C. Andersen alle proposte del gruppo di lavoro*, in Bruno I. (2015a), pp. 149-151.
- Bruno I. (2017a), *Museo Facile dal Medioevo al Contemporaneo*, in Bruno I., Orofino G. (2017), pp. 19-51.
- Bruno I. (2017b), *I prodotti di Museo Facile tra tradizione e innovazione*, in Bruno I., Orofino G. (2017), pp. 105-117.
- Bruno I. (2019), *Un "Museo Facile" per la Collezione Civica Albano di Putignano. Riflessioni a margine*, in *Collezione Civica Giuseppe Albano*, Putignano (Ba): Comune di Putignano.
- Bruno I., Orofino G., a cura di (2017), *Museo Facile. Medioevo/Contemporaneo*, collana "Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia", 19, Cassino: Università degli studi di Cassino e del Lazio meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia.
- Bucciarelli P. (2004), *Ci. Vis. Città Visibili. Strumenti, metodi e tecniche per la realizzazione di mappe visuo-tattili architettoniche, urbane e urbanistiche*, Bologna: Istituto dei Ciechi F. Cavazza.
- Buchetti V., a cura di (2018), *Progetto e culture visive. Elementi per il design della comunicazione*, Milano: Franco Angeli.
- Cataldo L., a cura di (2014), *Musei e patrimonio in rete. Dai sistemi museali al distretto culturale evoluto*, Milano: Hoepli.
- Chaumie S. (2013), *La médiation culturelle*, Paris: Armand Colin.
- Cigola M. (2005), *L'Abbazia benedettina di Montecassino. La storia attraverso le testimonianze grafiche di rilievo e di progetto*, Cassino: Francesco Ciolfi.
- Ciotta A. (2011), *La cultura della comunicazione nel piano del Centro Mondiale di Hendrik Ch. Andersen e di Ernest M. Hébrard*, Milano: FrancoAngeli.
- Corà B., a cura di (2012), *Arte Contemporanea a Cassino. La collezione dell'Associazione Longo e la raccolta dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale*, Cassino: Università degli Studi di Cassino e del Lazio meridionale.

- Corà B., a cura di (2017), *Luoghi del Contemporaneo a Cassino. Mimmo Paladino e Sol LeWitt al CAMUSAC*, catalogo della mostra, collana “Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia”, 18, Cassino: Università degli studi di Cassino e del Lazio meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia.
- Coxall H. (1994), *Museum text as mediated message*, in E. Hooper-Greenhill (a cura di), *The Educational Role of the Museum*, London: Routledge, pp. 215-222.
- Cristofano M., Palazzetti C., a cura di (2011), *Il museo verso una nuova identità*, voll. 2, Atti del Convegno (Roma 2007-2008), Roma: Gangemi.
- Da Milano C., Sciacchitano E. (2015), *Linee guida per la comunicazione all'interno dei musei: segnaletica interna, didascalie e pannelli* (Quaderni della valorizzazione, ns 1), Roma: Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo, Direzione generale Musei.
- Da Milano C., Falchetti (2014), *Storie per i musei. Storytelling digitale e musei scientifici inclusivi: un progetto europeo*, Nepi, Viterbo: Vetrani editore.
- Dalai Emiliani M. (2009), *Per una critica della museografia del Novecento in Italia. Il “saper mostrare” di Carlo Scarpa*, Venezia: Marsilio, pp. 13-51.
- De Carli C., a cura di (2003), *Education through Art. I musei di arte contemporanea e i servizi educativi tra storia e progetto*, Milano: Mazzotta.
- De Carli C., a cura di (2007), *Educare attraverso l'arte. Ricerca, formazione, casi di studio*, Milano: Mazzotta.
- De Carli C., Gilli G., Mascheroni S., a cura di (2003), *Una relazione di senso: patrimoni culturali e Alzheimer. Linee guida e sperimentazioni a confronto per una comunità di ricerca e di pratica*, Milano: EDUCatt Università Cattolica.
- De Socio P. (2015), *Quando un museo si fa comprendere: un progetto sperimentale per il recupero delle competenze linguistiche*, in Bruno I. (2015a), pp. 49-54.
- De Socio P., Piva C. (2008), *Il museo come scuola. Didattica e patrimonio culturale*, Roma: Carocci.
- Dell'Omo M. (1999), *Montecassino. Un'abbazia nella storia*, Montecassino: Pubblicazioni cassinesi.
- Des Dorides L. (2015), *Visitatore sordo e museo inclusivo*, in Bruno I. (2015a), pp. 200-203.
- Di Majò E., a cura di (2008), *Museo Hendrik Christian Andersen*, Milano: Electa.
- Di Meo F. (2015), *Un lavoro di mediazione culturale*, in Bruno I. (2015a), pp. 204-208.
- Entre collections et publics: le récit dans l'exposition* (2018), Journée professionnelle, Lyon, France, 2017, Paris: ICOM France.
- Ettore M.A. (2015), *Come comunicare il nostro patrimonio*, in Bruno I. (2015a), pp. 223-225.

- Fabiani F. (2008), *Hendrik Christian Andersen. La vita, l'arte, il sogno*, Roma: Gangemi.
- Falk J.H., Dierking L.D. (1992), *The museum experience*, Washington, DC: Howells House.
- Falk J.H., Dierking L.D. (2000), *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*, Walnut Creek: AltaMira Press.
- Falk J. (2009), *Identity and the Museum Visitor Experience*, Walnut Creek: Left Coast Press.
- Feliciati P., a cura di (2016), *La valorizzazione dell'eredità culturale in Italia*, Atti del Convegno (Macerata 2015), «Il Capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», Supplemento, n. 5.
- Fenici E. (2015), *Un modello tattile per il Centro Mondiale di Comunicazione di H.C. Andersen*, in Bruno (2015a), pp. 213-218.
- Ferrara C. (2007), *La comunicazione dei beni culturali: il progetto dell'identità visiva di musei, siti archeologici, luoghi della cultura*, Milano: Fausto Lupetti editore.
- Fonti D., Caruso R., a cura di (2012), *Il museo contemporaneo. Storie, esperienze e competenze*, Roma: Gangemi.
- Gattola E. (1733), *Historia Abbatiae Casinensis*, Venezia: Sebastianum Coleti.
- Gob A., Droguet N. (2014⁴), *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels*, Paris: Armand Colin (IV ed. 2014).
- Grassini A. (2015), *La tattilità, una nuova frontiera dell'arte*, in Bruno I. (2015a), pp. 255-262.
- Grassini A., Socrati A., Trasatti A. (2018), *L'arte contemporanea e la scoperta dei valori della tattilità*, Roma: Armando.
- Herreman Y. (2004), *Display, Exhibits and Exhibitions*, in *Running a Museum: A Practical Handbook*, Paris: ICOM – International Council of Museums, pp. 91-104.
- Hooper-Greenhill E. (1995), *Museums and their Visitors*, London: Routledge.
- Jalla D. (2009), *La comunicazione scritta nei musei: una questione da affrontare*, in *La parola scritta nel museo. Lingua, accesso, democrazia*, Atti del Convegno (Arezzo 2008), Firenze: Regione Toscana, pp. 7-18.
- Kelly L. (2006), *Measuring the impact of museums on their communities: The role of the 21st century museum*, Intercom Conference Paper, 2-4 novembre, Taipei, Taiwan
- Lauta G. (2015a), *I problemi linguistici di Museo Facile tra semplificazione lessicale e adattamento testuale*, in Bruno I. (2015a), pp. 95-110.
- Lauta G. (2015b), *L'esperienza di tirocinio: la semplificazione dei testi del Museo H.C. Andersen*, in Bruno (2015a), pp. 149-151.
- Ligozzi M.M., Mastandrea S., a cura di (2008), *Esperienza e conoscenza del museo. Indagine sui visitatori della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea*, Milano: Electa.

- Longo R. (2014), *Il pavimento in opus sectile della chiesa di San Menna. Maestranze cassinesi a Sant'Agata de' Goti*, in *La chiesa di San Menna a Sant'Agata de' Goti*, Atti del Convegno (Sant'Agata dei Goti 2010), Salerno: Industria Grafica Campana, pp. 73-112.
- Marini Clarelli M.V. (2011), *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*, Roma: Carocci.
- Montella M. (2003), *Musei e beni culturali. Verso un modello di governance*, Milano: Mondadori Electa.
- Montella M., Dragoni P. (2010), *Musei e valorizzazione dei beni culturali. Atti della Commissione per la definizione dei livelli minimi di qualità delle attività di valorizzazione*, Bologna: Clueb.
- Orofino G. (1994-2006), *I codici decorati dell'Archivio di Montecassino*, 4 voll., Roma: Istituto poligrafico e Zecca dello Stato.
- Nicholls A., Pereira M., Sani M., a cura di (2013), *Report 5. Technology and the public. Evaluation of ICT in museums, The Learning Museum Network Project*, Regione Emilia Romagna, <<http://online.ibc.regione.emilia-romagna.it/I/libri/pdf//LEM5th-report-technology-and-the-public.pdf>>, 22.07.2019.
- Nicholls J., Lawlor E., Neitzert E., Goodspeed T. (2012), *Guida al Ritorno Sociale sull'Investimento – Aggiornamento*, The SROI Network, traduzione: Human Foundation.
- Orofino G. (2013), *Miniatura a Montecassino. L'età desideriana*, ebook, Cassino: Università degli studi di Cassino e del Lazio meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia.
- Orofino G. (2017), *Rabano Mauro e Paladino: il codice 132 dell'Archivio dell'Abbazia di Montecassino*, in Corà B. (2017), pp. 15-22.
- Pallotta F. (2015), *Una fruizione dinamica e consapevole*, in Bruno I. (2015a), pp. 208-212.
- Pasca V., Russo D. (2005), *Corporate image: un secolo d'immagine coordinata dall'AEG alla Nike*, Milano: Lupetti.
- Pascucci G. (2007), *Comunicazione museale*, Macerata: eum.
- Prete C. (2005), *Aperto al pubblico. Comunicazione e servizi educativi nei musei*, Firenze: Edifir.
- Quatremère de Quincy A.Ch. (2002), *Lettere à Miranda*, con scritti di E. Pommier, introduzione, traduzione a cura di M. Scolaro, Bologna: Minerva.
- Ravelli L.J. (2006), *MuseumsTexts. Communication Frameworks*, London: Routledge 2006.
- Rodari P. (2009), *Certo che li leggono! Evidenze sulla lettura dei testi nelle esposizioni dagli studi sui visitatori*, in *La parola scritta nel museo. Lingua, accesso, democrazia*, Atti del Convegno (Arezzo 2008), Firenze: Regione Toscana, pp. 27-36.
- Russoli F. (1971a), *Una gioia non basta*, «Corriere della Sera», 18 aprile.

- Russoli F. (1971b), *Il museo come elemento attivo nella società*, in *Il museo come esperienza sociale*, Atti del Convegno (Roma 1971), Roma: De Luca, pp. 79-84.
- Secchi L. (2004), *L'educazione estetica per l'integrazione*, Roma: Carocci.
- Serrel B. (2015²), *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*, Walnut Creek: Altamira press (II ed. 2015).
- Solima L. (2002), *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma: Gangemi.
- Solima L. (2008), *Visitatore, cliente, utilizzatore: nuovi profili di domanda museale e nuove traiettorie di ricerca*, in A. Bollo (a cura di), *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, Milano: Franco Angeli, pp. 65-76.
- Solima L. (2012), *Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei statali*, Quaderni della Valorizzazione, 1, Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Stefania C. (2015a), *La Sentiment Analysis per i Musei 2.0. Un approccio bottom-up per la conoscenza del pubblico*, in Bruno I. (2015a), pp. 303-309.
- Stefania C. (2015b), *Musei 2.0. Introduzione alla Netnografia come metodo d'indagine sul pubblico dei musei d'arte contemporanea*, in *Memoria e materia dell'opera d'arte. Proposte e riflessioni*, Roma: Gangemi, pp. 161-170.
- Strassoldo R. (2009), *Cultural Planning e pubblico dell'arte. L'offerta incontra la domanda?*, Roma: Aracne.
- Toschi C., a cura di (2017), *Luoghi del Contemporaneo a Cassino. Arte Condivisa 1971-2017*, collana "Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia", 17, Cassino: Università degli studi di Cassino e del Lazio meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia.
- Zuliani S. (2009), *Effetto museo. Arte, critica, educazione*, Milano: Bruno Mondadori.

Appendice

Fig. 1. Museo H.C. Andersen di Roma, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, pannello informativo con mappa tattile, schede di sala e pieghevole sul progetto (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)

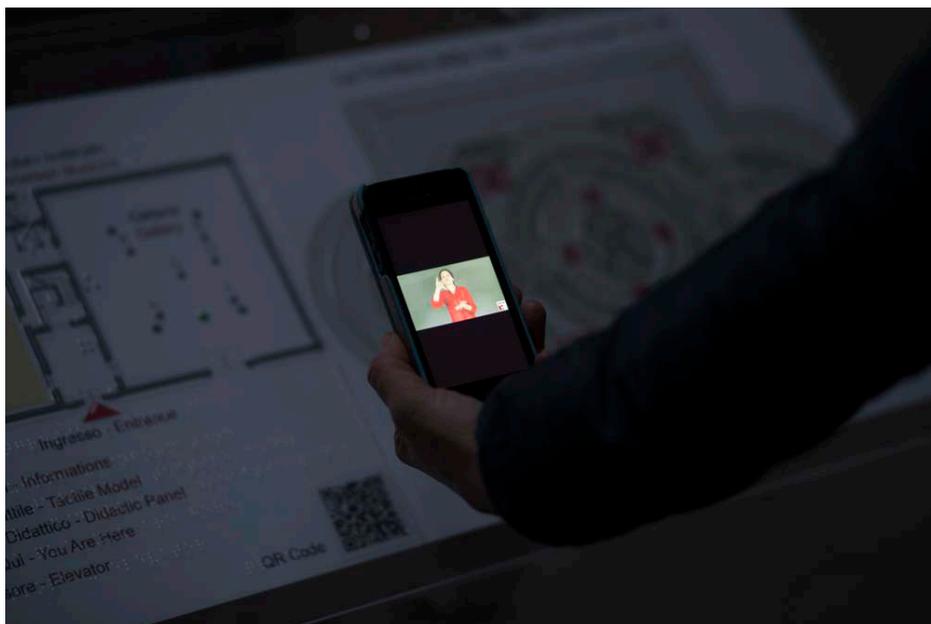


Fig. 2. Museo H.C. Andersen di Roma, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, QR-Code con collegamento alla sintesi vocale dei contenuti e ai video LIS (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)



Fig. 3. Museo H.C. Andersen di Roma, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, modello tattile della *Fontana della Vita* (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)



Fig. 4. Museo dell'Abbazia di Montecassino, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, pannello di orientamento con mappa tattile (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)

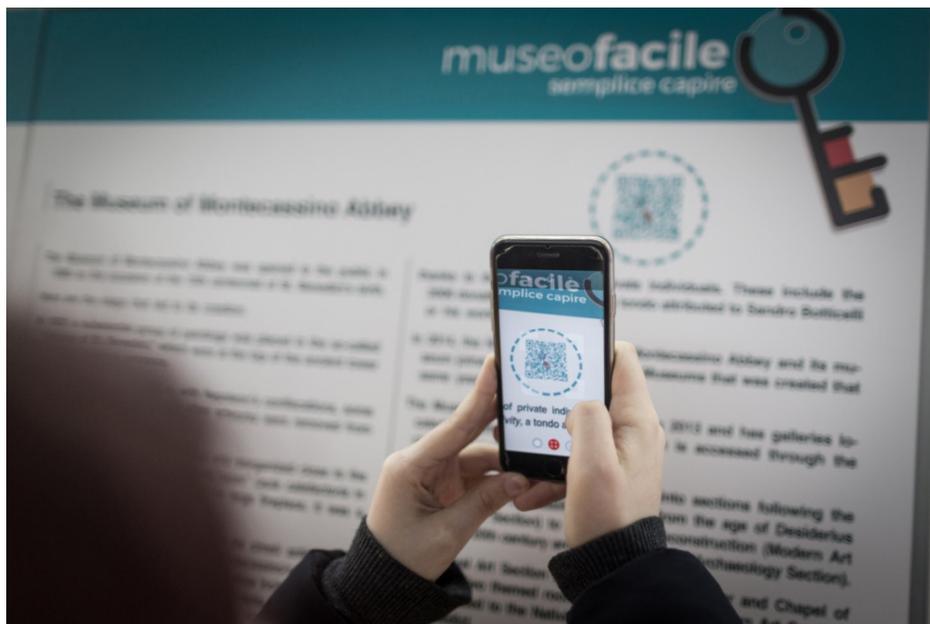


Fig. 5. Museo dell'Abbazia di Montecassino, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, QR-Code con collegamento alla sintesi vocale dei contenuti, ai video LIS e ad altri materiali informativi e didattici (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)

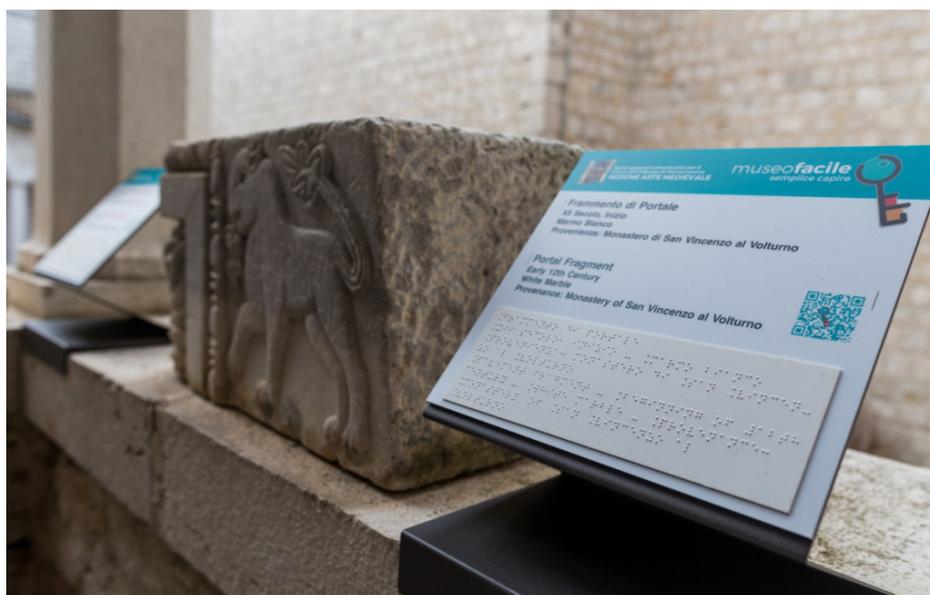


Fig. 6. Museo dell'Abbazia di Montecassino, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, cartellini delle opere con notizie in braille (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)



Fig. 7. Museo dell'Abbazia di Montecassino, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, postazione tattile riguardante il pavimento medievale della chiesa abbaziale di Montecassino (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)



Fig. 8. Museo diffuso *Luoghi del contemporaneo a Cassino*, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, pannello del *Monumento alla Pace* di U. Mastroianni (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)



Fig. 9. Museo diffuso *Luoghi del contemporaneo a Cassino*, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, pannello di *Specchio solare* di B. Bassiri (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)



Fig. 10. Museo diffuso *Luoghi del contemporaneo a Cassino*, Sistema integrato di comunicazione *Museo Facile*, pannello di *Four Pillars* di Sol Lewitt (foto G. Alfano, Archivio laboratorio progetto *Museo Facile*)

JOURNAL OF THE DIVISION OF CULTURAL HERITAGE

Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
University of Macerata

Direttore / Editor in-chief

Pietro Petrarola

Co-direttori / Co-editors

Tommy D. Andersson, University of Gothenburg, Svezia

Elio Borgonovi, Università Bocconi di Milano

Rosanna Cioffi, Seconda Università di Napoli

Stefano Della Torre, Politecnico di Milano

Michela di Macco, Università di Roma "La Sapienza"

Daniele Manacorda, Università degli Studi di Roma Tre

Serge Noiret, European University Institute

Tonino Pencarelli, Università di Urbino "Carlo Bo"

Angelo R. Pupino, Università degli Studi di Napoli L'Orientale

Girolamo Sciallo, Università di Bologna

Texts by

Alessandro Bianchi, Ivana Bruno, Giuseppe Capriotti, Anna Cipparrone,

Nicola Cleopazzo, Fabiola Cogliandro, Marcelo Enrique Conti, Michele Dantini,

Patrizia Dragoni, Lucia Faienza, Claudio Ferlan, Marco Filippi, Antonio La Sala,

Giovanni Messina, Alessandra Migliorati, Massimo Montella, Massimo Moretti,

Valentino Nizzo, Pietro Petrarola, Roberto Piperno, Maria Luisa Polichetti,

Mauro Salis, Mauro Saracco, Ornella Scognamiglio, Cristina Simone, Federico Valacchi

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/index>

