



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 Petrarolo

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 SIMED
Rivista indicizzata WOS
Rivista indicizzata SCOPUS
Inclusa in ERIH-PLUS



Comunicare il Museo Etrusco

Valentino Nizzo*

Abstract

La riorganizzazione del MiBAC negli ultimi quattro anni ha rivoluzionato completamente il sistema di gestione e comunicazione del patrimonio culturale nazionale. Tra gli aspetti più significativi di questa rivoluzione vi è, senza dubbio, l'introduzione di concetti come il "diletto" nel linguaggio ufficiale della missione museale. La sfida per una nuova generazione di musei, quindi, diventa quella di educare e allo stesso tempo divertire, trovando nuovi modi di comunicare, attraverso la narrazione e il coinvolgimento emozionale. Con questi obiettivi, la riforma ha incluso il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia tra i primi trenta musei in Italia dotati di autonomia speciale, scientifica, gestionale e amministrativa. Una opportunità e al tempo stesso una sfida importante per l'unico museo con queste caratteristiche interamente dedicato agli Etruschi e alle altre culture dell'Italia centrale pre-romana. Il Museo è finora l'unico in Italia ad aver incluso nella sua missione i principi della *Convenzione di Faro*. A tali valori si sono ispirate molte delle iniziative sin qui promosse, destinate a incentivare la partecipazione attiva dei cittadini alla vita del Museo. Anche le

* Valentino Nizzo, Direttore del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Piazzale di Villa Giulia, 9, 00196 Roma, e-mail: valentino.nizzo@beniculturali.it.

attività di comunicazione si sono mosse nella medesima direzione, con risultati che hanno notevolmente incrementato la visibilità e la conoscenza del Museo e della civiltà etrusca.

The reorganization of the Italian Cultural Heritage Ministry in the last four years has completely revolutionized the system of management and communication of national cultural heritage. Among the most significant aspects of this revolution, undoubtedly, is the introduction of concepts, such as enjoyment, into the official language of the museum's mission. The challenge for a new generation of museums, therefore, becomes that of educating and at the same time amusing, finding new ways of communicating through storytelling and emotional engagement. With these aims, the reform has included the Villa Giulia Museum among the first thirty museums in Italy to have special, scientific, managerial and administrative autonomy, which represents an important opportunity and challenge for the only museum with these characteristics entirely dedicated to the Etruscans and the others cultures of pre-Roman Central Italy. The Villa Giulia Museum is so far the only museum in Italy to have included as part of its mission the principles of the *Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society* (Faro, 2005). Many of the initiatives promoted so far have been inspired by these values, aimed at encouraging the active participation of citizens in the life of the Museum. Communication activities also moved in the same direction, with results that greatly increased the visibility and knowledge of the Museum and of Etruscan civilization.

1. *Di D.P.C.M. in D.P.C.M.*

Mentre scrivo queste pagine, a poco più di due mesi di distanza dalla conferenza in onore della compianta collega Claudia Giontella che le ha ispirate, è stato approvato il testo di un nuovo “Regolamento recante l'organizzazione del Ministero per i beni e le attività culturali, degli uffici della diretta collaborazione del Ministro e dell'Organismo indipendente di valutazione della performance”¹.

Quest'ultima riorganizzazione avviata dal Ministro Bonisoli ha introdotto molte novità che, pur non alterando eccessivamente la sostanza delle precedenti riforme del quadriennio ministeriale di Franceschini, intervengono apportando significative modifiche all'assetto organizzativo degli istituti e dei luoghi della cultura di “rilevante interesse nazionale” dotati di autonomia speciale ai sensi dell'art. 6 del D.M. del 23 gennaio 2016, n. 44². Se, infatti, da un lato, vengono confermate le maggiori innovazioni introdotte dal suo predecessore come i “Musei autonomi”, le “Soprintendenze olistiche” e il concetto stesso di “Sistema museale nazionale”, dall'altro la riorganizzazione mira dichiaratamente a un rafforzamento degli Uffici dirigenziali generali centrali e, in particolare, della figura del Segretario generale, al fine di rendere più efficace l'azione

¹ D.P.C.M. 19 giugno 2019, n. 76, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 184 del 7 agosto 2019.

² Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 59 dell'11 marzo 2016: “Riorganizzazione del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo ai sensi dell'articolo 1, comma 327, della legge 28 dicembre 2015, n. 208”.

amministrativa, ridimensionando al contempo alcuni aspetti caratterizzanti la gestione degli istituti autonomi attraverso, in particolare, l'abolizione dei consigli di amministrazione e l'introduzione di una nuova Direzione generale "Contratti e Concessioni".

Un'altra novità significativa consiste nel superamento di una delle realtà più fragili e complesse introdotte da Franceschini, sostituita nell'ultimo D.P.C.M. da "Direzioni territoriali delle reti museali" la cui strutturazione organizzativa abbandona l'assetto su base regionale dei Poli per dare vita a una strategia di valorizzazione di più ampio respiro, in linea con alcuni degli obiettivi prefigurati dalla strutturazione del "Sistema museale nazionale".

In un contributo destinato prevalentemente alle tematiche della comunicazione del Museo etrusco questa premessa potrebbe apparire forse superflua, anche perché, come si è detto, quest'ultima riorganizzazione non è ancora divenuta effettiva e alcuni suoi aspetti attuativi e strategici devono essere ancora definiti e divulgati in dettaglio.

Quanto noto, infatti, ha ancora i tratti propri dell'approssimazione e la sua effettiva portata non è facile da intuire in un'ottica gestionale globale, non essendo stata ancora oggetto di adeguati confronti con le parti coinvolte. Tuttavia, come accade per ogni atto di questo tipo, non sono mancati i commenti e le prime valutazioni anche molto autorevoli dei tecnici, degli addetti del settore, dei sindacati e dei semplici cittadini, abituatisi negli ultimi anni a un rafforzamento dell'attenzione, anche mediatica, in merito alle tematiche della gestione e valorizzazione del patrimonio culturale, con vertici di sensibilità e di interesse in passato inconsueti, in particolare, per tutto ciò che riguarda i musei autonomi e i loro direttori. Un successo mediatico consolidatosi grazie anche alle innovative modalità di selezione introdotte proprio per l'individuazione dei direttori, alle polemiche che hanno riguardato alcune delle nomine, al braccio di ferro dei vari ricorsi che le hanno accompagnate, agli innegabili risultati conseguiti e alle capacità carismatiche e comunicative di alcuni di essi.

Considerazioni che, almeno in parte, risultano essenziali anche ai fini del nostro discorso, così come si ritiene possa risultare significativa tale premessa se si considera che tra gli aspetti maggiormente discussi dell'attuale proposta riorganizzativa rientra, appunto, l'espunzione dal novero degli istituti dotati di autonomia del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia che, insieme al Parco archeologico dell'Appia antica e alla Galleria dell'Accademia di Firenze, non risulta più menzionato nell'elenco dei luoghi della cultura di rilevante interesse nazionale riportati all'art. 29 del D.P.C.M. Una eliminazione sulla quale si è particolarmente concentrata l'attenzione mediatica sin dalle prime indiscrezioni giornalistiche che hanno preceduto l'uscita della bozza di D.P.C.M. approvata nel C.d.M. del 18 giugno e che ha investito, di conseguenza, anche il Sottoscritto che, proprio attraverso tali anticipazioni, è venuto a conoscenza del destino

dell'Istituto che ha l'onore di dirigere dal 2 maggio del 2017³, a seguito della seconda tornata di selezioni internazionali intervenuta dopo quella del 2015 e il cui primo mandato è di imminente scadenza.

Non è facile, quindi, in questa sede nascondere l'imbarazzo in merito alla presentazione e discussione di progetti che sono attualmente in corso o che sono stati appena avviati nell'ambito di una strategia di gestione e di valorizzazione orientata sull'arco temporale di un mandato quadriennale che, invece, parrebbe essere destinato a una interruzione anticipata o, almeno, a una significativa ristrutturazione del percorso, stando ad alcune dichiarazioni fatte nel merito dal Ministro Bonisoli.

Sembra infatti che il destino del Museo sia quello di essere posto al centro di una "terza via" rispetto a quella prevista per i musei autonomi e le succitate neointrodotte direzioni territoriali. Una "terza via" a matrice etrusca, su base sovraregionale, la cui definizione è ancora in fase di studio e discussione, come si evince dalle frasi pronunciate al riguardo dal Ministro in una recente intervista:

Noi abbiamo in mente di svilupparlo il Museo etrusco inserendolo in un contesto più ampio, in collaborazione con altri siti che si occupano di tematiche legate al mondo etrusco. È un salto di livello. Lo strumento che abbiamo in mente è uno strumento di tipo tecnico. Concettualmente il punto di arrivo sarà un museo autonomo però sviluppato in un'ottica addirittura pluriregionale⁴.

Un'intenzione, quest'ultima, che, al di là delle modalità di attuazione e pur essendo ancora caratterizzata da molteplici incertezze, riterrei di poter giudicare positivamente essendo centrale, come ho detto e scritto anche altrove⁵, per un museo archeologico ultrasecolare come quello di Villa Giulia il rafforzamento del rapporto con quei territori e quelle realtà storiche e culturali di cui le raccolte sono espressione e che non trovano nella città di Roma un adeguato e sufficiente riscontro, essendo quest'ultima assai distante per tradizione e sensibilità dal suo pur significativo passato "etrusco" e "preromano". Per tali ragioni,

³ Il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, dopo una breve fase di transizione all'interno del Polo museale del Lazio ai sensi del D.M. 23 dicembre 2014, era stato incluso nel novero degli istituti di rilevante interesse nazionale con il succitato D.M. del 23 gennaio 2016, n. 44, per acquisire formalmente l'autonomia dal 1° settembre del 2016 esercitandola poi, di fatto, solo a partire dal mio insediamento, il 2 maggio del 2017. Sulla questione cfr. Nizzo 2019b, pp. 18-19.

⁴ F. Cocco, "Appelli e petizioni non fermano Bonisoli. Villa Giulia perderà l'autonomia", articolo e videointervista on-line (da cui è tratto il virgolettato sopra citato): <<https://www.ilfoglio.it/cultura/2019/07/09/video/bonisoli-riforma-musei-autonomi-villa-giulia-perde-autonomia-264495/>>, 31.07.2019. L'articolo allude alle innumerevoli petizioni a favore del Museo nate spontaneamente tra semplici cittadini (oltre 2400 sono le firme raccolte sulla piattaforma [change.org](https://www.change.org/p/alberto-bonisoli-villa-giulia-che-mantenga-la-sua-autonomia-per-valentino-nizzo-direttore-esemplare): <<https://www.change.org/p/alberto-bonisoli-villa-giulia-che-mantenga-la-sua-autonomia-per-valentino-nizzo-direttore-esemplare>>, 31.07.2019), studiosi (oltre 120 i firmatari di una petizione promossa dal prof. Giuseppe Pucci) e associazioni (in particolare quelle che hanno aderito alla vita culturale del museo negli ultimi anni: <<https://www.agrpress.it/arte/associazioni-e-cittadini-contro-il-taglio-dei-musei-autonomi-7457>>, 31.07.2019).

⁵ Da ultimo in Nizzo 2019b.

dopo le prime anticipazioni in tal senso, ho offerto la mia collaborazione nel fornire alcuni spunti spero utili a delineare almeno per grandi linee l'idea e la conformazione della rete museale che potrebbe far capo al Museo di Villa Giulia⁶, dando nuova linfa a quei legami contestuali, identitari e concettuali che devono o dovrebbero essere alla base dell'azione di ogni luogo della cultura degno di questo nome, come peraltro auspica la missione dell'istituto che ho l'onore e l'onere di perseguire quotidianamente e che è riportata nel nostro *Statuto*.

Tale documento costituisce l'atto centrale per la vita di ogni museo. Approvato all'unanimità dal C.d.A. nel settembre del 2017 e divenuto operativo con il D.M. 189 del 5 aprile 2018, esso delinea non solo l'organizzazione e le modalità di funzionamento dell'istituto ma anche i compiti e gli obiettivi che intende perseguire e le principali strategie che devono essere messe in atto nel tentativo di conseguirli. Il direttore diviene così il principale *custode e interprete* della missione del Museo, responsabile *in solido* delle strategie e delle azioni che sono ritenute necessarie per realizzarla. Tali nozioni sono divenute materia condivisa almeno sin da quando ICOM si è fatto promotore della revisione del *Codice Etico per i Musei* (2004) e della realizzazione della *Carta nazionale delle professioni museali* (2005/2006)⁷. Il cuore di ogni statuto, dunque, è nella sua missione che, all'art. 2, recita quanto segue:

Il Museo garantisce la tutela, l'arricchimento, la valorizzazione e l'accessibilità del patrimonio culturale di propria competenza, assicurando e sostenendo la sua conservazione, promuovendone la conoscenza presso il pubblico e la comunità scientifica, favorendone la fruizione collettiva. Il Museo, sia con risorse interne sia in collaborazione con partner nazionali e internazionali, assicura la valorizzazione del patrimonio che custodisce mediante l'organizzazione di mostre e convegni, la promozione della ricerca scientifica in chiave interdisciplinare e coordinata e la comunicazione al pubblico di tali attività, incentivando una partecipazione attiva della comunità scientifica e dei cittadini e sviluppando stretti legami con il territorio, in particolare con i siti, gli enti e gli istituti di provenienza delle collezioni. Il Museo, pertanto, mira a costituire una rete integrata tra siti ed enti culturali volta a favorire la crescita culturale e sociale e lo sviluppo economico delle realtà territoriali che le sue raccolte esprimono e rappresentano, incoraggiando altresì la formazione di comunità patrimoniali nello spirito indicato dalla *Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società* (Faro 2005).

⁶ <https://www.adnkronos.com/cultura/2019/06/24/nizzo-bene-rete-musei-etruschi-autonomia-fondamentale-per-realizzarla_rCDJdemKcgRIVbhCqBsYWL.html>; <http://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/arte/2019/06/25/sos-del-museo-etrusco-rimanga-autonomo_334e5bb4-3aa7-4677-b07c-cddefb30e9b9.html>; <<https://www.ilfoglio.it/cultura/2019/06/26/video/controriforma-boni-soli-intervista-al-direttore-museo-etrusco-villa-giulia-262540/>>, 31.07.2019.

⁷ Garlandini 2007; documenti preparatori, testi definitivi e traduzioni ufficiali sono disponibili sul sito <<http://www.icom-italia.org>>, 31.07.2019.

2. *La partecipazione innanzi tutto*

Il riferimento alla costituzione di una “rete integrata tra siti ed enti culturali volta a favorire la crescita culturale e sociale e lo sviluppo economico delle realtà territoriali” che si identificano o possono identificarsi nel Museo di Villa Giulia e nelle sue raccolte e il richiamo esplicito ai valori espressi dalla *Convenzione di Faro* sono dunque due dei punti cardine che l’istituto si prefigge di conseguire nella propria azione.

La prospettiva, tuttavia, non si limita ad auspicare la creazione di una rete concentrata sulla sola crescita culturale, ma prevede sin da subito che gli obiettivi di sviluppo possano estendersi anche alle componenti sociali ed economiche del territorio, integrando il museo in una visione strategica di insieme che mira a coinvolgere l’intera società, rendendolo in grado di dialogare attivamente con essa, di costruire alleanze e di contribuire al perseguimento di obiettivi comuni, ben più ampi e complessi del patrimonio culturale e mnemonico di cui esso è custode e interprete.

Solo in questo modo diviene possibile rispettare la definizione di Museo come “istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo” che ICOM veicola ormai da anni e che è stata da ultimo finalmente recepita nell’art. 35, comma 1 del D.P.C.M. 171/2014.

Sotto tale punto di vista, quindi, il riferimento esplicito alla *Convenzione di Faro*⁸ è, forse, uno degli aspetti più rilevanti e originali della missione di Villa Giulia⁹, ancor più significativo se si considera che tale documento attende ormai da anni di essere ratificato dal Parlamento del nostro Paese e divenire così a pieno titolo operativo.

Alla base di tale rinvio vi è, senza dubbio, la difficoltà di superare normativamente quella consolidata nozione di Patrimonio quale insieme di “cose” che è profondamente radicata negli strumenti di tutela sviluppati pionieristicamente dal nostro Paese¹⁰.

A fronte di tali indubbi e, almeno in parte, condivisibili timori, tuttavia, sono fermamente convinto che non possa essere ulteriormente ritardata l’adozione formale di principi e concetti come quelli veicolati dalla *Convenzione*¹¹. Ciò

⁸ *Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society*; Carmosino 2013; Feliciati 2016 con ulteriori riferimenti.

⁹ Circostanza unica, al momento, nel panorama dei musei statali autonomi italiani, nei cui statuti la convenzione è menzionata tutt’al più tra i principi e mai direttamente nella missione. Per una sintetica discussione di alcuni aspetti che ritengo fondamentali della *Convenzione* mi permetto di rinviare a Nizzo 2018b, pp. 35-37 e 2019b.

¹⁰ Per una discussione approfondita della questione – prima e dopo la riorganizzazione Franceschini – mi limito a rimandare a: Cerquetti 2015; Morbidelli, Bartolini 2016; Feliciati 2016; Volpe 2016, pp. 29-85; Galdani 2017; De Cesaris *et al.* 2018.

¹¹ L’ultimo gesto simbolico compiuto per sostenere la ratifica della convenzione è consistito nel lancio dell’*hashtag* #SipuòFaro divenuto presto virale (<<https://agcult.it/2019/03/04/convenzione-di-faro-nizzo-villa-giulia-lancia-lhashtag-sipuofaro/>>, 31.07.2019).

non toglie, naturalmente, che anche in assenza di atti ufficiali sia comunque possibile perseguirne fruttuosamente i valori, che appaiono rivoluzionari per la loro stessa semplicità.

Il testo di Faro, infatti, si fonda sull'idea che la conoscenza e l'uso dell'eredità culturale rientrano fra i diritti dell'individuo a godere delle arti e a partecipare liberamente alla vita culturale della comunità. Su tali presupposti la *Convenzione* ha dunque contribuito a spostare l'attenzione dalle *cose* alle *persone*, focalizzandosi sul rapporto di queste ultime con l'ambiente circostante e sulla loro partecipazione attiva al processo di riconoscimento dei valori culturali. Il Patrimonio diviene quindi una risorsa indispensabile per veicolare l'idea di uno sviluppo sostenibile e per promuovere la diversità culturale come strumento per la costruzione di una società pacifica e democratica. Visione compiutamente scandita dalla definizione, sin dall'art. 2, dei concetti che ne costituiscono i cardini (*cultural heritage* e *heritage community*):

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.

Principi come quelli citati, infatti, restituiscono finalmente alle *persone* un ruolo strategico e attivo nella percezione, gestione e valorizzazione del patrimonio culturale, inteso non più soltanto come insieme di *cose* ma come sistema integrato di valori materiali e immateriali, in rapporto dialettico con l'ambiente e, anche per questo, in costante trasformazione.

Forte di tali presupposti, fin dall'avvio del mio mandato ho cercato di farmi interprete di questi valori, dando centralità alle persone e cercando di costruire una "*heritage community*" intorno a un museo che, pur non avendo mai attratto folle oceaniche (fig. 1)¹², è unanimemente considerato il più rappresentativo al mondo per la civiltà degli Etruschi.

¹² Nel 2018 si è registrato un incremento complessivo del 14,3% dei visitatori rispetto al 2017, che ha consentito di superare la soglia degli 82.000 ingressi annuali (82.232 visitatori, di cui 47.869 gratuiti, +17.1%, e 34.453 paganti, +10.7%), un risultato che non veniva raggiunto dal 2006, quando il museo cominciò a sperimentare, da un lato, gli esiti della riforma scolastica promossa nel 2003 dal Ministro Moratti e, dall'altro, le prime avvisaglie della crisi economica globale. La rimodulazione del programma delle scuole primarie, infatti, nel creare un *continuum* con la scuola secondaria di I grado ha finito per eliminare dall'insegnamento delle medie la storia antica, circoscritta ormai alle sole elementari. Questo passaggio ha conseguenze significative non solo sugli studenti ma anche sulle loro famiglie che, attraverso di essi, possono più o meno direttamente tornare ad avvicinarsi allo studio e, conseguentemente, anche al Patrimonio ad esso correlato. Con effetti a dir poco dirompenti per musei archeologici come Villa Giulia, inseriti peraltro in un contesto non facile come quello romano, caratterizzato da una offerta culturale a dir poco

Un percorso non facile, seppure incoraggiato dall'autonomia amministrativa, scientifica e gestionale conferita al Museo che mi ha consentito di introdurre sin dal 1° luglio del 2017, appena insediato, un innovativo abbonamento, uno dei primi del suo genere ad essere promosso da un istituto statale di rilevante interesse nazionale¹³. L'iniziativa ha avuto sin da subito effetti virali a livello nazionale¹⁴, dimostrando l'indubbia utilità di uno strumento che ha come scopo principale quello di indurre i cittadini a *tornare* al Museo e, lentamente, far sì che essi, in modo spontaneo e naturale, costruiscano intorno ad esso una comunità, potenziando al tempo stesso il ruolo dell'istituto come luogo vitale, inclusivo e capace di promuovere lo sviluppo della cultura.

I dati finora registrati, pur non offrendo cifre da capogiro, mostrano come la misura del "ritorno" si sia attestata nel corso del 2018 intorno alle 7 volte per ogni abbonato. Una cifra assai significativa se si considera che per Villa Giulia la soglia della "convenienza" – a fronte di un biglietto ordinario di 8 euro solo di recente (giugno 2019) innalzato a 10 euro – è garantita da almeno due ingressi per l'abbonamento trimestrale (12 euro) e quello semestrale (16 euro), e da tre ingressi per quello annuale (24 euro). Come avviene per una palestra o per una biblioteca, i risultati si concretizzano non soltanto nella fidelizzazione del pubblico ma anche nell'innalzamento qualitativo della loro esperienza di fruizione che, per essere adeguatamente motivata, necessita di continui stimoli volti ad alimentare con costanza il desiderio di conoscenza e di partecipazione.

Con fini analoghi ma con metodologie diverse sono state ideate molte altre iniziative volte anch'esse al perseguimento dei medesimi principi di Faro. Nel marzo del 2018 il Museo si è fatto promotore di una manifestazione d'interesse rivolta alle associazioni no profit regolamentate dal *Codice del Terzo Settore* (D.Lgs. n. 117 del 3 luglio 2017). Di intesa con la Direzione generale Musei e col proposito di incentivare la partecipazione dei cittadini alle attività di

esuberante o tendente alla massificazione. Le statistiche disponibili (non anteriori al 1996), infatti, mostrano come a partire dal 2004 la flessione dei visitatori gratuiti e di quelli paganti sia stata estremamente significativa (in media dal 15% al 30%), con risultati ben lontani da quelli raggiunti alla fine degli anni '90, comunque mai in grado di superare le 100.000 unità.

¹³ In precedenza esistevano già abbonamenti a reti museali civiche o regionali. Rari sono invece i casi di abbonamenti circoscritti a un singolo museo, se non finalizzati all'accesso a mostre o specifici eventi. In questo senso, l'abbonamento al Museo di Villa Giulia costituisce una novità rilevante, anche per la possibilità di sceglierne la durata (trimestrale, semestrale o annuale), di avere sconti riservati per il bookshop o specifiche attività a pagamento o per l'opportunità che esso dà di partecipare a iniziative esclusive, circostanza quest'ultima che ha incentivato ad abbonarsi anche categorie solitamente dispensate dall'acquisto del biglietto, come le guide turistiche, gli insegnanti o i giornalisti.

¹⁴ Dal Parco dell'Appia a quello di Paestum, dal Museo delle Civiltà al Museo Archeologico di Napoli per arrivare alla *MIC card* promossa dalla rete dei Musei in Comune di Roma, riservata ai residenti e ai domiciliati e distribuita al prezzo estremamente competitivo di 5 euro annuali, una cifra che ritengo sia eccessivamente contenuta per avere un'adeguata sostenibilità e promuovere al contempo una più ragionata sensibilizzazione dei cittadini alle problematiche poste dalla gestione del Patrimonio.

valorizzazione del proprio patrimonio, si è offerta a tutte le realtà che ne hanno i requisiti la possibilità di sottoporre al vaglio del comitato scientifico iniziative di alto profilo culturale o divulgativo¹⁵ purché coerenti con la missione del Museo. Le proposte così selezionate hanno avuto l'opportunità di usufruire senza canoni degli spazi d'eccellenza di Villa Giulia e Villa Poniatowski contribuendo – in stretta collaborazione con il personale dell'istituto – alla realizzazione di una serie di iniziative gratuite che hanno notevolmente contribuito a ravvivare e a differenziare la nostra già ricca e articolata offerta culturale, senza peraltro incidere sull'esiguo bilancio.

La soddisfazione del pubblico e quella dei proponenti sono state straordinarie, al punto da indurre a replicare a distanza di meno di un anno la manifestazione, con una risposta superiore rispetto a quella già ampiamente soddisfacente della precedente edizione.

Parimenti rilevante e altrettanto ambizioso è stato il ciclo di conferenze *Storie di Persone e di Musei* che, tra il novembre del 2017 e il maggio del 2018, ha chiamato a raccolta a Villa Giulia altrettante realtà museali locali distribuite tra il Lazio, l'Umbria e la Toscana, molte delle quali rappresentate anche in questa sede (fig. 2). Il risultato è stato un racconto corale per molti versi inedito, in quanto focalizzato non solo sui *luoghi* e sulle *cose* ma soprattutto sulle *persone*, intese sia come operatori museali che come fruitori culturali, in modo tale da far convergere l'attenzione anche sulla dimensione immateriale della nostra eredità culturale e sulle persone che, a vario titolo, *desiderano* identificarsi in tali valori. Come prevede la *Convenzione di Faro* e come ha evidenziato da par suo nel luglio del 2016 il premio Nobel per la letteratura Orhan Pamuk in occasione dell'apertura della 24° Conferenza dell'ICOM di Milano, in un intervento che, grazie a una sua efficace trasposizione giornalistica, è oggi noto come il *Decalogo di un museo che racconti storie quotidiane*¹⁶.

A iniziative articolate e complesse come quelle descritte se ne sono alternate altre più elementari ma altrettanto significative come l'invito a partecipare a una visita guidata gratuita con il direttore esteso nel luglio del 2018 a tutti i negozianti di quartiere attraverso una vera e propria azione di volantinaggio. L'idea di fondo, semplice quanto efficace, è stata quella di attrarre al Museo quei piccoli imprenditori e commercianti che per professione sono maggiormente a contatto con il pubblico, in modo tale da sensibilizzarli e renderli potenziali ambasciatori del patrimonio del loro quartiere. Si è data così vita a una possibile e doverosa alleanza, che ha notevolmente responsabilizzato i partecipanti e ha contribuito a veicolare tra di essi la conoscenza di un museo che, come molti

¹⁵ Quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, conferenze, presentazioni di libri, convegni, visite guidate, performance artistiche, teatrali, musicali e/o coreutiche, rievocazioni storiche, *museum theatre*, corsi di formazione, didattica per bambini, mostre ecc.

¹⁶ L'intero ciclo è oggi raccolto in un originale volume interattivo, con edizione integrale degli interventi e rimandi alle riprese video delle singole conferenze pubblicate sul canale *YouTube @Etruschannel*: Nizzo 2019a.

hanno poi confessato, avevano fino a quel momento colpevolmente ignorato o sottovalutato.

Ma pur nella loro semplicità, possono essere proprio iniziative come queste a dare sostanza a quel concetto di *Social Return On Investment (SROI)*¹⁷ sul quale hanno cominciato a soffermarsi negli ultimi anni gli economisti della cultura evidenziando come esso miri finalmente a rovesciare i consueti e spesso inadeguati parametri di valutazione della riuscita di un museo – numero di visitatori e di introiti – dando piuttosto rilevanza alla sua “azione di prossimità” e all’impatto delle relazioni che riesce a costruire sul territorio, tra i condomini che lo circondano ancor prima che tra i turisti¹⁸.

3. *Dal diletto al benessere planetario*

Negli ultimi tempi mi è capitato di soffermarmi in più occasioni sul tema del “diletto” nei musei¹⁹. Dapprima (2010>) come funzionario della Soprintendenza archeologica dell’Emilia Romagna, con sede presso il Museo archeologico nazionale di Ferrara, poi (maggio 2015>) come funzionario responsabile della comunicazione, promozione e accessibilità culturale del sistema museale nazionale, presso la neoistituita Direzione generale Musei, e da ultimo, naturalmente, anche nel ruolo di direttore del Museo di Villa Giulia.

Nonostante il numero relativamente limitato di anni di servizio, posso dunque vantare una varietà di prospettive piuttosto ampia, articolata e, per molti versi, originale, essendo estesa dalla fase delle Soprintendenze pre-olistiche a quella dell’organismo più ambizioso e meglio riuscito dell’ultima riorganizzazione: il Museo autonomo.

Ma, pur avendo mutato più volte il punto di osservazione e le attribuzioni professionali, mi sento di poter affermare che la percezione dell’importanza strategica della componente del diletto nelle attività di valorizzazione e, nondimeno, in quelle di tutela è stata una delle costanti della mia esperienza lavorativa. Sin da quando, lavorando in Soprintendenza e trovandomi a gestire da funzionario archeologo l’emergenza del sisma, compresi che la valorizzazione del patrimonio con l’ausilio del diletto e attraverso la sensibilizzazione e il coinvolgimento dei cittadini poteva essere la forma più efficace e potente di tutela: sia nella dimensione territoriale²⁰ che in quella, più canonicamente,

¹⁷ <<http://www.sopact.com/social-return-on-investments-sroi>>; <<https://www.betterevaluation.org/en/approach/SROI>>, 31.07.2019; Viganò, Lombardo 2018.

¹⁸ Cfr. Nizzo 2019b, p. 26, con ulteriori riferimenti ivi alla nota 28.

¹⁹ Da ultimo in Nizzo 2017b, pp. 196-198 e 2018c, pp. 75-78 con riferimenti.

²⁰ Rispetto alla quale posso citare la fortunata e per molti versi esemplare esperienza dello “scavo partecipato” della Terramara di Pilastrì, una iniziativa avviata nel 2012 e che ancora oggi va avanti: Nizzo 2015a, 2017a.

museale²¹. A patto di rendere i cittadini protagonisti attivi e consapevoli di processi che troppo a lungo sono stati delegati a una schiera inevitabilmente ristretta di adepti. Circostanze che nel tempo hanno fatto sì che a una parte significativa del pubblico sia cominciato ad apparire alieno ciò che invece dovrebbe essere parte integrante del nostro senso di appartenenza e rientrare in un sistema di valori per quanto possibile condiviso, pur essendo in continua evoluzione, come recita la già menzionata convenzione di Faro.

Da questi cenni appare evidente come la definizione stessa di Museo ancora oggi prevista dall'articolo 101 del *Codice*²² sia eccessivamente restrittiva e presupponga un tipo di fruizione che sembra aprioristicamente escludere un comune cittadino che non abbia propositi specifici di educazione e di studio. Una consapevolezza, fortunatamente condivisa da molti colleghi interni ed esterni al MiBAC, ma che ha trovato una sua puntuale codifica burocratica soltanto a partire dal D.P.C.M. 171/2014 nel quale risulta finalmente introdotta la definizione di Museo da tempo adottata da ICOM e che, assai opportunamente, prevede anche il “fine del diletto” tra i motori di una esperienza museale che possa ritenersi degna di questo nome²³. È evidente, quindi, quanto tale innovazione, seppur colpevolmente tardiva, possa avere conseguenze significative nelle strategie di gestione dei nostri luoghi della cultura, legittimando approcci alla valorizzazione troppo a lungo rimasti inediti e inesplorati almeno sul fronte delle politiche culturali adottate nel nostro paese. Il terreno da recuperare è enorme, nonostante i passi avanti compiuti al riguardo negli ultimi anni, come dimostra l'imminente superamento della stessa definizione ICOM di Museo, oggetto di revisione nell'ultima assemblea di Parigi del 21/22 luglio 2019 nel corso della quale è stato licenziato un nuovo testo la cui votazione avrà luogo in occasione della prossima assemblea generale straordinaria, prevista a Kyoto il 7 settembre:

Museums are democratising, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about the pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artefacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for all people.

Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret,

²¹ Nizzo 2015b, 2016b.

²² D.Lgs. 42/2004, art. 101, c. 2, lett. a): «struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio».

²³ D.P.C.M. 171 del 29 agosto 2014, art. 35, c. 1: «I musei sono istituzioni permanenti, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. Sono aperti al pubblico e compiono ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisiscono, le conservano, le comunicano e le espongono a fini di studio, educazione e diletto». Definizione poi ripresa con qualche modifica e integrazione nell'art. 1 del cosiddetto *Decreto Musei*: D.M. del 23 dicembre 2014.

exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing²⁴.

Il richiamo alla partecipazione e alla trasparenza in una prospettiva globale, volta a favorire una migliore comprensione del mondo nel suo insieme e allo scopo di contribuire a valori assoluti come la dignità umana, la giustizia sociale, l'uguaglianza globale e il benessere planetario evidenziano di quanto la comunità internazionale intenda innalzare l'asticella dei compiti e degli scopi attribuiti a una istituzione che, troppo spesso, soprattutto nei cuori dei nostri connazionali, è velata di una connotazione negativa se non proprio apertamente spregiativa²⁵. I tempi di adattamento per fare proprie e fronteggiare sfide di così ampia portata saranno naturalmente piuttosto lunghi, vista anche la marginalità sovente attribuita dall'immaginario collettivo e, conseguentemente, anche dalla società e dalla politica ai nostri luoghi della cultura. Ma la dialettica tra passato e futuro, la dimensione polifonica e critica della narrazione museale e le sue ricadute auspicate sul presente, aprono una finestra su una dimensione della valorizzazione maggiormente calata *nella e per la* società. Non più, dunque, luoghi chiusi destinati a pochi eletti, ma spazi inclusivi e partecipati, volti a favorire la ricezione di valori realmente democratici in quanto frutto di un confronto dialettico con la realtà e con i conflitti che spesso la animano e la agitano, al fine di comprenderne realmente le cause e le dinamiche affinché esse non si ripetano nel futuro. Per far ciò, quindi, è necessario dare spazio non soltanto alle "cose" (*artefacts and specimens*) ma anche e soprattutto a quel bene immateriale per eccellenza che sono le "memorie" (*memories*), con le quali diviene possibile garantire qualcosa che, naturalmente anche attraverso lo strumento del diletto, miri al benessere planetario (*planetary wellbeing*) e avvicini maggiormente le persone alla comprensione della realtà che le circonda.

4. *Il patrimonio materiale e immateriale di Villa Giulia*

Come spero sia a tutti noto, il Museo di Villa Giulia custodisce la raccolta più rappresentativa al mondo di opere relative alla civiltà etrusca. Pochi sanno, tuttavia, che tale connotazione si è andata strutturando in tempi relativamente recenti²⁶, poiché la competenza originariamente attribuita al Museo, con il decreto regio che ne sancì l'istituzione esattamente 130 anni fa²⁷, si estendeva su tutta l'area suburbana di Roma arrivando a coprire parte dei territori

²⁴ <<http://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/>>, 31.07.2019.

²⁵ Nizzo 2018c, pp. 69-75.

²⁶ Per una sintesi recente sulla storia del Museo cfr. Nizzo 2019c e c.s.a con riferimenti alla bibliografia precedente.

²⁷ D.R. 7 febbraio 1889.

che furono un tempo sotto il controllo dello Stato della Chiesa. Per queste ragioni, le raccolte più antiche comprendono materiali provenienti non solo dall'area etrusca ma da tutto il Lazio e da parte dell'Umbria (questi ultimi oggi ospitati nella sede di Villa Poniatowski); territori particolarmente ricchi di antichità preromane che, non a caso, anche grazie al gusto e alle peculiarità dell'archeologia del tempo, costituiranno sin da subito il *focus* patrimoniale specifico del neoistituito Museo.

Un luogo, dunque, immediatamente destinato a custodire e a raccontare la storia più antica della Nazione, quella intrisa del *pathos* del mito e, al tempo stesso, quella in cui si era andata definendo e strutturando la coscienza etnica, culturale e linguistica che ancora oggi costituisce il sostrato delle nostre peculiarità regionali e che, tra tante differenze e specificità, rappresenta il fondamento comune del nostro stesso sentirci "italiani". Per tali ragioni la scelta della sede cadde su uno dei luoghi più rappresentativi dell'architettura italiana: la villa privata di un Papa discusso, Giulio III²⁸, vissuto all'apogeo del Rinascimento e in grado di coinvolgere nella sua impresa personale i maggiori artisti del tempo.

Mi sono soffermato rapidamente su questi particolari perché rendono bene l'idea delle potenzialità e dei filoni narrativi che sono o possono essere al centro dell'azione di promozione e comunicazione del Museo di Villa Giulia. Una realtà museale che ha dunque il suo epicentro nella civiltà etrusca ma che tenta di interpretare se stessa attraverso molteplici livelli di lettura, in grado di sostanziarsi dialetticamente. Come abbiamo avuto modo di sperimentare recentemente lavorando sul tema della fortuna degli Etruschi e della loro eredità immateriale dal Medioevo alla contemporaneità, passando ovviamente per il Rinascimento²⁹.

La forza del Museo, infatti, non potrà mai consistere nel numero dei suoi visitatori, ma risiede certamente, per citare ancora una volta il nostro *Statuto*, in quelle prerogative che lo rendono unico e che fanno sì che esso identifichi tra

i compiti di tutela del proprio patrimonio il riconoscimento del suo carattere di testimonianza della nascita delle identità plurali dei popoli nel bacino del Mediterraneo³⁰

e annoveri tra i suoi scopi

la diffusione della conoscenza delle culture dell'Italia preromana e, in particolare, della civiltà etrusca, in quanto fonti e testimonianze dirette di processi storici e di valori ed espressioni

²⁸ Giovanni Maria Ciocchi del Monte (1487-1555), pontefice a partire dal 1550.

²⁹ Si veda, ad esempio, la serie di articoli su "Gli Etruschi senza mistero" raccolti in un numero monografico della rivista «Forma Urbis» (XXIII, nn. 5-6, maggio-giugno 2018), l'omonimo ciclo di conferenze (2017-2018) integralmente fruibile sul canale *YouTube* (@Etruschannel) del Museo e, da ultimo, sulla fortuna degli Etruschi nell'arte contemporanea: Corgnati 2018 e Tagliamonte, Guidobaldi 2019.

³⁰ Art. 3, comma 3, lett. a) dello *Statuto* approvato con il citato D.M. 189 del 5 aprile 2018.

artistiche e culturali essenziali per la formazione e, di conseguenza, per la comprensione dell'eredità comune dell'Italia e dell'Europa e, più in generale, delle culture del bacino del Mediterraneo, anche attraverso una compiuta valorizzazione delle loro complesse e articolate persistenze e sopravvivenze patrimoniali materiali e immateriali³¹.

Una missione che il Museo assicura anche attraverso

la partecipazione al sistema museale regionale e nazionale e il contributo allo sviluppo, al sostegno e alla promozione di reti museali territoriali tematiche, con particolare riguardo per quelle realtà culturali più direttamente connesse al patrimonio in gestione, perché nate per gemmazione diretta dalle raccolte del museo o in quanto più latamente rivolte alla valorizzazione storico-artistica e archeologica delle radici culturali preromane ed etrusche dei territori che esse esprimono e rappresentano³².

5. What visitors want – *il museo in ascolto*

Dare sostanza a tali aspettative significa essere in grado di predisporre all'ascolto dei *desideri* e delle necessità dei *pubblici*, tentando di abbattere tutte le barriere possibili – culturali, fisiche o cognitive – e tenendo sempre ben presente l'obbligo morale di intercettare l'attenzione di quelli che ancora pubblico non sono perché non vogliono o non possono esserlo³³.

Per cercare quindi di ascoltare le esigenze dei *pubblici* e dei *non pubblici* è necessario provare a calare maggiormente il Museo nella società. Partendo naturalmente dalle suggestioni offerte dai suoi frequentatori, com'è avvenuto recentemente grazie alla somministrazione di un questionario di *customer satisfaction* elaborato dalla Direzione generale Musei³⁴ e come avviene quotidianamente attraverso l'analisi delle recensioni e dei commenti dati in modo spontaneo e autonomo sui principali siti che consentono di aggregare e veicolare il cosiddetto *sentiment* dei pubblici (*Tripadvisor*, *Facebook*, *Google*).

Una prima elaborazione dei dati raccolti mostra, ad esempio, come tra il pubblico straniero risulti leggermente più diffusa la conoscenza del nostro museo³⁵, a riprova di come esso tenda a intercettare l'attenzione di un turismo mediamente più informato e motivato rispetto a quello di massa che è solito

³¹ Ivi, art. 3, comma 3, lett. g).

³² Ivi, art. 3, comma 4, lett. m).

³³ Nizzo 2019e.

³⁴ Circolare DG-Mu del 16 luglio 2018, nella quale erano previsti periodi limitati e uniformi per la somministrazione (da concludere entro il mese di novembre) e la raccolta di un numero contingentato di schede (ca. 500), equamente suddivise tra visitatori italiani e stranieri. Sulle tecniche e le potenzialità del marketing museale e della rilevazione del gradimento del pubblico cfr., da ultimo, Vanni 2018, con riferimenti.

³⁵ "Conosceva già questo museo?": italiani sì 125 (50,5%) / no 123 (49,5%); stranieri sì 131 (53%) / no 118 (47%).

privilegiare attrattori popolari come il Colosseo o i Musei Vaticani; un dato confermato da altri indicatori come l'elevato gradimento degli allestimenti *old style* e con abbondanti apparati illustrativi registrato tra gli stranieri, a riprova della predisposizione e del livello culturale medio-alto dei nostri visitatori forestieri (figg. 3a-3b).

In termini più generali colpisce l'elevatissimo apprezzamento che il museo registra sia attraverso i questionari sia tramite gli strumenti di rilevazione *on line*, attestandosi su valori notevolmente alti³⁶.

Le conclusioni che possono essere tratte da questa analisi parrebbero dunque estremamente positive. Eppure, un esame più dettagliato dei commenti aperti, dei *desiderata* e, soprattutto, l'osservazione diretta dei comportamenti del pubblico aprono scenari molto più complessi, alcuni facilmente prevedibili in quanto legati all'implementazione del "diletto" e della gradevolezza della fruizione³⁷, altri che necessitano di una riflessione supplementare.

Sono molti, infatti, i visitatori che pur apprezzando complessivamente l'attuale allestimento³⁸ chiedono pannelli più sintetici, vetrine meno affollate, maggior risalto ai "capolavori" e, soprattutto, una sezione introduttiva che illustri in modo più approfondito e dettagliato la civiltà e la cultura degli Etruschi.

Effettivamente, in un museo che, soprattutto nei suoi allestimenti più recenti distribuiti tra le 50 sale di Villa Giulia e Villa Poniatowski, ha sempre dato risalto con particolare rigore alle coordinate topografiche e, in subordine, a quelle cronologiche del suo racconto, l'assenza quasi totale di una sezione volta a inquadrare storicamente, artisticamente e, anche, sociologicamente la

³⁶ In base al questionario, il gradimento medio della visita (espresso in numeri da 1 a 10), è di 8,73 per gli italiani, 8,51 per gli stranieri; quello del museo 8,8 per gli italiani, 8,5 per gli stranieri. Valori sostanzialmente confermati dal *sentiment* espresso sui principali social gestiti direttamente dal Museo o ad esso riferibili (dati registrati al 31.7.2019, confrontati con quelli disponibili da quando è iniziata la rilevazione, pochi mesi dopo l'avvio del mio mandato, nel settembre 2017): punteggio *Facebook* 4,9/5,0 su 268 recensioni (prec. 4,8/5,0 su 136 rec.); punteggio *Tripadvisor* 4,5/5,0 su 672 recensioni, 50° posizione su "1977 cose da fare a Roma" (prec. 4,5/5,0 su 485 rec.); punteggio *Google* 4,6/5,0 su 1241 recensioni (prec. 4,5/5,0 su 148 rec.). Il questionario ha consentito anche di registrare alcune interessanti informazioni qualitative, che pare utile riportare di seguito in modo sintetico con i valori medi relativi (da 1 a 10). Domanda: "Nel complesso, come valuta..." (italiani/stranieri): il luogo: 9,6/9,0; l'atmosfera: 9,3/9,0; l'organizzazione: 8,8/8,7; l'allestimento: 8,9/8,6; le informazioni ricevute: 8,8/8,2; la narrazione storico-artistica: 8,7/8,2; l'interazione con il territorio: 8,6/8,2 (molti "non so"). Domanda: "Come valuta la Sua esperienza? Mi sono sentita/a..." (italiani/stranieri): accolta/a: 8,9/8,4; coinvolta/a: 8,5/7,9; arricchita/a: 9,0/8,6; sorpresa/a: 8,3/7,9; soddisfatta/a: 8,9/8,6; stanca/a: 4,8/5,0; annoiata/a: 2,2/2,6; delusa/a: 1,7/2,2.

³⁷ Quali l'esigenza di un punto di ristoro/caffetteria, di aree di sosta all'interno del museo, di *brochures* e didascalie in più lingue, di un'implementazione e differenziazione dell'offerta del *museumshop* (rilevata in particolare dagli stranieri), di una segnaletica interna più chiara e di maggiori indicazioni su come raggiungere il museo.

³⁸ Completato nel 2012, con il riallestimento della sezione veiente e l'inaugurazione di Villa Poniatowski.

vita, la cultura e l'evoluzione delle popolazioni dell'Italia preromana in esso rappresentate costituisce un limite comunicativo notevole, soprattutto se si considera che tali tematiche sono affrontate in modo ormai estremamente superficiale e frettoloso solo nelle fasi iniziali della scolarizzazione, quando concetti complessi come, ad esempio, quelli legati all'interculturalità e alla costruzione/formazione dell'identità etnica hanno più difficoltà ad essere trattati. Le conseguenze sono evidenti dal modo in cui le scolaresche o i gruppi organizzati affrontano l'attuale percorso, uscendo a meno di un terzo dell'esposizione, dopo aver visto sostanzialmente il Sarcofago degli Sposi e l'Altorilievo di Pyrgi, per rientrare, nel migliore dei casi, visitando a ritroso la sezione veiente, con i gruppi acroteriali di Portonaccio che sono attualmente collocati nella quarantesima e ultima sala di Villa Giulia.

È evidente che, pur essendo l'attuale allestimento frutto di un progetto molto accurato e meditato, le cose vanno necessariamente ripensate per offrire un servizio più efficace alla società e comporre un racconto che sia in grado di intercettare l'attenzione e l'interesse di un pubblico che, numericamente, è ancora troppo lontano dagli standard che Villa Giulia meriterebbe. Questo risultato potrebbe essere raggiunto, ad esempio, antepoendo alla più specifica trattazione topografica un adeguato percorso di avvicinamento che prepari il terreno per i successivi approfondimenti, consentendo al visitatore di strutturare quella visione di insieme e quel quadro conoscitivo necessario per porre su basi più solide e apprezzare con maggior cognizione di causa l'esuberante mole di informazioni e di oggetti che lo aspetta lungo il resto del percorso. In tal modo si darebbe al pubblico una più ampia opportunità di scelta intorno alla quale costruire percorsi personalizzati o più puntualmente corrispondenti alle legittime esigenze di approfondimento degli specialisti, senza al contempo scoraggiare con eccessivi e talvolta svianti stimoli quel pubblico inesperto e indifeso che, inevitabilmente, nella forma del turista o dello studente, costituisce il nostro fruitore principale.

Una direzione non facile da intraprendere, soprattutto a fronte di priorità ben più incalzanti e delle notevoli carenze strumentali, umane ed economiche che connotano l'attuale assetto dell'istituto. Tuttavia, a meno di due anni dall'avvio di questa nuova fase della storia del Museo, l'autonomia scientifica e quella amministrativa consentono di prefigurare un possibile percorso strategico per far fronte ad almeno alcune delle citate esigenze.

6. *Comunicare il museo etrusco*

La “comunicazione”, in tutte le sue forme e nella sua accezione più ampia³⁹, è naturalmente uno degli strumenti essenziali per il perseguimento degli obiettivi sopra prefigurati. Sotto questo punto di vista, le prerogative conferite dall'autonomia hanno senza dubbio contribuito ad accelerare e a incentivare quel processo di riflessione sulla propria identità e missione che deve essere alla base dell'azione di ogni museo (fig. 4).

L'autonomia ha favorito la sperimentazione e l'introduzione di iniziative di partecipazione e inclusione come quelle precedentemente citate, incoraggiando altresì la loro restituzione al pubblico attraverso i principali canali di comunicazione digitale: dai social network ai media tradizionali. Circostanze che, a livello nazionale, hanno finalmente dato la giusta rilevanza a figure in precedenza trascurate come i funzionari per la comunicazione, per i quali nel 2016/2017 è stato finalmente espletato un apposito concorso⁴⁰ che, nel settembre del 2018, ha consentito di reclutare, anche nel Museo di Villa Giulia, tale preziosissima professionalità.

A fronte di tali e tante innovazioni, tuttavia, il terreno nel quale ci muoviamo quotidianamente risente ancora del pregiudizio diffuso che il concetto stesso di museo sia da associare a un'esperienza da non ripetere. Il problema sta forse nel fatto di non esserci accorti per tempo dei mutamenti sociologici che sono in atto da decenni. Se, da un lato, la democratizzazione della cultura ha ampliato consistentemente la platea dei potenziali fruitori, dall'altro ha inevitabilmente abbassato il loro livello qualitativo e la loro capacità di comprensione di strutture nate e sviluppatesi con un determinato scopo, con un determinato linguaggio e per un determinato tipo di “pubblico”, termine, quest'ultimo, che abbiamo voluto significativamente declinare al singolare.

La cesura è risultata ancor più significativa per quei luoghi della cultura che, almeno nella percezione comune, sono più distanti dalla società contemporanea, come i parchi e i musei archeologici. Le oggettive difficoltà poste dalle caratteristiche della documentazione e l'alto livello di specializzazione spesso correlato alla comunicazione di una realtà che ha come prerogativa innata la sua stessa frammentarietà sono tutti fattori che hanno contribuito a rendere poco appetibile la fruizione di questa fetta importante del nostro patrimonio. Anche perché difficilmente esso può essere colto nella sua sostanza e nel suo significato senza l'apporto di adeguati strumenti di mediazione, in grado di supplire alla frammentarietà delle fonti e di dare sostanza a quanto un'opera

³⁹ Da intendere come sistema di scambio fondato sulla reciprocità: Nizzo 2016c, pp. 415-416.

⁴⁰ Per molti versi, tuttavia, ancora troppo nebuloso rispetto ai criteri di accesso richiesti per il reclutamento di tali figure professionali nell'ambito specifico dei beni culturali: Nizzo 2018a, pp. 157-158.

d'arte per la sua stessa natura può essere in grado di trasmettere più o meno autonomamente.

La chiave per affrontare il problema, dunque, risiede nelle forme e nei modi della mediazione/comunicazione, purché quest'ultima – indipendentemente dall'utilizzo di particolari tecnologie – sia volta a stimolare la curiosità dello spettatore, dando vita a esperienze di fruizione nelle quali il divertimento dovrebbe costituire uno dei possibili motori dei processi cognitivi.

Un'opera di mediazione può infatti fallire anche se viene veicolata dalle più affascinanti e coinvolgenti tecnologie. Ritengo fermamente che la differenza la faccia la struttura del messaggio e non gli strumenti attraverso i quali esso viene veicolato. Se adottiamo termini come *aryballos* o *skyphos* nella più tecnologica delle vetrine, il *gap* comunicativo e sociologico continuerà a rimanere quello descritto, ampliando ulteriormente la cesura tra fruitori e patrimonio, tra musei e società⁴¹.

La differenza, nella sostanza, la fanno dunque le capacità narrative, purché non trascendano in forme di “*steritelling*”, neologismo con il quale voglio in questa sede designare provocatoriamente alcune “sterili” derive dello *storytelling* museale, volte a sostituire il racconto storico con l'invenzione, più per la mancanza di adeguati strumenti conoscitivi e l'impreparazione dell'interprete che per oggettive lacune della documentazione. L'unico modo per evitare possibili derive di questo tipo è favorire la collaborazione tra comunicatori e specialisti e, al tempo stesso, mirare a una migliore formazione di questi ultimi nel campo della mediazione culturale perché, sempre di più, possano assumersene la responsabilità, senza doverla demandare a terzi, inevitabilmente inesperti e impreparati.

Una celebre frase attribuita a Confucio recita: “Se ascolto dimentico, se vedo ricordo, se faccio capisco”. Tali affermazioni corrispondono in modo abbastanza puntuale ai principi del cosiddetto *learning by doing* e dell'*experiential learning*⁴², un approccio pedagogico sviluppato negli Stati Uniti a partire dagli anni '70 del secolo scorso e divenuto oggi una prassi educativa di notevole successo, per la sua capacità di coinvolgere nei processi di apprendimento i sensi e la curiosità, cementificando il sapere anche attraverso le emozioni.

Alla base di ogni esperienza museale – dalle fasi di progettazione museografica a quelle di gestione – dovrebbero esservi sempre questi medesimi principi e, sotto tale punto di vista, la realizzazione per scopi didattici, tra il 1888 e il 1889, ancor prima dell'inaugurazione del Museo, della ricostruzione in scala 1:1 del cosiddetto tempio etrusco italico di Alatri ad opera di Adolfo Cozza⁴³

⁴¹ L'allestimento attuale di Villa Giulia, purtroppo, non fa eccezione.

⁴² Nizzo 2018c, pp. 77-78, con riferimento alla nota 10 di p. 88.

⁴³ Santagati 2004, p. 83; Benocci, Delpino 2004 con riferimenti.

rappresenta un esempio straordinario e precocissimo di musealizzazione ricostruttiva all'aperto non solo a livello nazionale ma anche europeo (fig. 5)⁴⁴.

Tutte le attività finora intraprese dal museo, nella programmazione interna e nella comunicazione esterna, cercano di andare esattamente in questa direzione, grazie alla generosità del personale, ancora numericamente modesto ma fortemente motivato, e all'apporto, come si è accennato, di risorse esterne, oltre quelle purtroppo inevitabilmente limitate offerte dall'attuale concessionario per i servizi aggiuntivi. Per tali ragioni è stato fondamentale sin da subito investire sull'adeguamento e il potenziamento degli spazi destinati alla didattica, interessati da un importante intervento manutentivo, e lavorare alla stipula di convenzioni finalizzate alla realizzazione di progetti didattici d'eccellenza, come quella siglata nel 2017 con l'Istituto Tecnico Agrario Emilio Sereni, capofila della rete regionale degli istituti consimili, con il quale è stato possibile organizzare una serie di giornate fruttuosamente dedicate all'approfondimento dei molteplici possibili rapporti tra archeologia e agricoltura e portare avanti attività didattiche rivolte anche ai nostri pubblici (compresi quelli con disabilità visiva). Tra queste merita senza dubbio di essere menzionata la ricostruzione di un vero e proprio "orto etrusco", fondamentale per dare sostanza visibile al ruolo avuto dagli Etruschi nello sviluppo delle tecniche di coltivazione e nella diffusione di alimenti di straordinario rilievo come la vite e il vino, centrali, come noto, nell'ideologia quotidiana così come nella sua trasposizione funeraria quale può essere ricostruita attraverso la stragrande maggioranza dei reperti custoditi nelle vetrine del nostro museo. Una collaborazione che ha contribuito a rafforzare ulteriormente il messaggio lanciato in occasione delle due edizioni delle *Giornate della cultura dell'olio e del vino* ospitate presso il nostro museo grazie al coordinamento organizzativo dell'*Associazione Italiana Sommelier*, che si è fatta promotrice di un'inedita cooperazione tra il nostro ministero, il MIUR e il MIPAF.

Iniziative di questo tipo e la strutturazione di un servizio educativo interno coeso con quello curato dal concessionario hanno reso possibile costruire un'offerta didattica sostenibile e regolare, supplementare rispetto a quella rivolta alle scuole durante la settimana. Mantenendo naturalmente alta l'attenzione per l'accessibilità dei pubblici con disabilità che, oltre a poter contare sulla disponibilità di personale dedicato su prenotazione, sono stati al centro di molte importanti iniziative, calate naturalmente all'interno della programmazione ordinaria, in occasione, ad esempio, di manifestazioni annuali ormai regolarmente ospitate dal Museo come *RomArché* e *Archeofest*, o nell'ambito di eventi appositamente dedicati alla sensibilizzazione rispetto a questo tipo di tematiche, come la *Giornata Internazionale dei Diritti delle persone con disabilità* del 3 dicembre (fig. 6). Quella del 2017, in particolare,

⁴⁴ Per la precocità del caso di Villa Giulia nel panorama museografico contemporaneo cfr. Nizzo c.s.a con riferimenti.

ha visto in presenza del Ministro l'inaugurazione di nuovi supporti per disabili visivi realizzati grazie al contributo di associazioni che operano da anni nel settore, come la *Federazione nazionale delle istituzioni pro ciechi*, o di aziende private, come la tipografia *System Graphic*, cui si deve, rispettivamente, la realizzazione di un supporto in braille dedicato al racconto delle celebri lamine di Pyrgi e la riproduzione tramite innovativi metodi di stampa 3d di alcuni oggetti rappresentativi della cultura villanoviana. Una iniziativa che, com'è ormai per noi consuetudine, è stata ulteriormente ravvivata grazie al contributo di abili rievocatori storici che, con il coordinamento del Museo, hanno consentito di dare corpo e sostanza visibile al racconto delle nostre collezioni, rendendosi disponibili al tatto per quanti del pubblico hanno voluto o avuto bisogno di stimolare le proprie facoltà percettive⁴⁵. Mostrando in questo modo a tutti quali possano essere alcune delle strade più efficaci da percorrere per l'abbattimento di barriere cognitive che, molto spesso, caratterizzano ancora oggi la percezione e la sensibilità di alcuni professionisti del patrimonio. Ma, fortunatamente, anche su questo fronte le cose stanno rapidamente cambiando e quelle forme di comunicazione e di didattica che sono solite essere aggregate con la denominazione di *Museum Theatre* stanno sempre di più trovando ospitalità nei nostri luoghi della cultura⁴⁶.

A forme di mediazione come queste altre se ne sono altrettanto efficacemente alternate, cogliendo le opportunità della documentaristica⁴⁷ o dando ospitalità a prestigiose produzioni cinematografiche internazionali⁴⁸, grazie alle quali Villa Giulia ha potuto dar vita a efficaci set rinascimentali, sufficientemente coerenti con la sua connotazione storica e architettonica.

Un modo per veicolare maggiormente l'identità del Museo nell'immaginario collettivo, come si è cercato di fare anche nel corso delle dirette televisive degli

⁴⁵ Non si contano più le iniziative organizzate dal Museo con il supporto di gruppi di rievocazione storica, tra i quali ci limitiamo a menzionare espressamente quelle realizzate con il *Gruppo Storico Romano*, con *IRasenna*, con *Ninuphar eventi* e con il coordinamento del *Cers* (*Confederazione europea rievocatori storici*).

⁴⁶ Nizzo 2015b, 2017a; Valenti *et al.* 2018; Valenti 2019.

⁴⁷ Alludiamo non solo alle riprese effettuate per la realizzazione di una delle puntate della fortunata trasmissione *Meraviglie* di Alberto Angela (in onda il 24.01.2018), ma anche alla collaborazione del museo nella realizzazione del documentario *La fortuna degli Etruschi* prodotto da RaiStoria, andato in onda il 30.10.2017 riscuotendo un notevole successo di pubblico e la candidatura a diversi premi internazionali (tra gli altri, è stato incluso nella cinquina dei *Globi d'Oro* 2018 al miglior documentario e ha vinto la IX edizione dell'*Aquileia film festival*).

⁴⁸ Dalla *fiction* televisiva *I Medici* che, seppur in modo anacronistico, ha individuato Villa Giulia come set per alcune puntate della II e III serie, al regista Andrei Konchalovsky che vi ha ambientato alcune delle scene del kolossal italo-russo *Il peccato* incentrato sulla biografia di Michelangelo. Prossimo, infine, sarà il coinvolgimento del Museo nella realizzazione di un documentario prodotto dalla Groenlandia film e da Sky Arte e correlato alla serie televisiva di imminente uscita *Romulus*, nata dal film *Il Primo Re*, una collaborazione scaturita dall'interessamento del regista Matteo Rovere per l'*Archeorecensione* che ho dedicato alla sua opera: Nizzo 2019f.

ultimi *Premi Strega*⁴⁹ o ideando nell'ambito di questa storica manifestazione, inscindibilmente legata sin dal 1953 a Villa Giulia, un itinerario letterario denominato *Musei di storie e di persone* e costruito integrando i libri semifinalisti dello Strega all'interno del percorso espositivo, sulla base di una serie di suggestioni e di nessi individuati nel corso della loro lettura con alcuni oggetti e contesti delle nostre raccolte⁵⁰.

Iniziative come quelle citate, pur essendo possibili a impatto zero, hanno certamente contribuito ad aumentare la visibilità del museo sui media tradizionali e su quelli digitali, favorendo sicuramente l'incremento dei visitatori reali precedentemente citato e, al tempo stesso, consolidandone la reputazione anche sui canali di comunicazione di seconda e terza generazione.

L'impatto del Museo sui *social media*, infatti, è cresciuto esponenzialmente negli ultimi due anni⁵¹ e si è distinto per iniziative di comunicazione spesso originali o volutamente provocatorie, ma sempre volte a stimolare la curiosità di un pubblico di *followers* estremamente competente e appassionato, come dimostra la riuscita del piano editoriale #ETRUScopri che ci ha impegnato ininterrottamente ogni settimana dagli inizi di novembre 2018 fino a giugno 2019 e che prevede l'interazione con il pubblico attraverso il lancio del dettaglio fotografico di una delle nostre opere il lunedì, il suo disvelamento il mercoledì⁵² e un approfondito commento video il venerdì, spesso anticipato su *Facebook* con un link di rimando al filmato integrale sul nostro canale *YouTube* @Etruschannel⁵³.

⁴⁹ Favorendo la messa in onda di inserti e interviste dedicati al Museo e agli Etruschi e imponendo la menzione "dal Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia" al posto di quella finora tanto consolidata quanto approssimativa e fuorviante "dal ninfeo di Valle Giulia".

⁵⁰ Nizzo 2019b, p. 32.

⁵¹ Da quando si sono avviate regolari misurazioni (12.9.2017) i profili *Facebook* e *Twitter* del museo (@VillaGiuliaRM) sono passati, rispettivamente, da 8344 a 16.522/17.237 mi piace/followers (con una crescita del 49%/52%) e da 5913 a 7287 (+19%). Di nuova creazione risultano invece i canali *Instagram* (@museoetruscovillagiulia) e *YouTube* (@Etruschannel) arrivati, rispettivamente, a 6431 e 689 followers. Data rilevazione: 05.08.2019.

⁵² Da ultimo accompagnato anche dal premio di un abbonamento trimestrale destinato a chi per primo è stato in grado di scoprire il dettaglio misterioso, cosa assolutamente non facile ma che ha consentito di verificare lo straordinario livello e le capacità dei nostri interlocutori.

⁵³ Il solo canale *YouTube* è arrivato oggi a 43.268 visualizzazioni, con *exploit* assai significativi come quelli rappresentati dalle conferenze del ciclo *Gli Etruschi senza Mistero* (6932 spettatori) e dalla già menzionata *Archeorecensione* del film *Il primo Re* arrivata in poche settimane a 8136 visualizzazioni, con un livello altissimo di gradimento per video di questo tipo e durata (dati al 05.08.2019). Su *Facebook*, nel periodo da novembre 2018 a luglio 2019, i video caricati hanno totalizzato 120.581 visualizzazioni di almeno 3 secondi per un totale di 72.687 minuti complessivi di visualizzazione e un totale di 14.493 interazioni complessive, standard elevatissimi per contenuti dal carattere esclusivamente culturale veicolati per tramite di un account istituzionale. La sola anteprima di 7 minuti dell'*Archeorecensione* pubblicata su *Facebook* ha registrato 16.139 visualizzazioni di almeno 3 secondi, un totale di 15.145 minuti di fruizione del video, oltre 1.500 reazioni, commenti e condivisioni (in quasi totale prevalenza positive). Il risultato conseguito sul canale YT, dove il video integrale ha una durata di oltre 27 minuti, è ancor più rilevante, con 8136 visualizzazioni, 262 reazioni positive (e 5 negative), un numero apprezzabile di commenti e,

I risultati in termini di partecipazione e visualizzazioni sono a dir poco sorprendenti e anche l'interazione che questo tipo di comunicazione sta suscitando dimostra, ancora una volta, come sia possibile perseguire il motto di Confucio anche nella dimensione virtuale, trasmettendo al contempo contenuti complessi e insoliti per il livello di attenzione solitamente correlato a questo genere di canali e al tipo di fruitori che ne fanno uso (fig. 7). Un percorso che ha comportato anche il totale ripensamento della nostra identità visiva e del *naming* (ETRU)⁵⁴ e che si è concretizzato recentemente nel lancio di un sito web⁵⁵ totalmente rinnovato e costruito in modo tale da essere allineato ai migliori standard della *web strategy* promossa da ICOM e veicolata dal Ministero (figg. 8a-8b)⁵⁶ e dare al contempo spazio, attraverso una apposita sezione, alle principali realtà museali etrusche nazionali e internazionali⁵⁷, nello spirito che ha animato il citato progetto *Storie di Persone e di Musei* e che, si

soprattutto, un incremento di circa 500 *followers*, attribuibili più o meno direttamente al successo del video. Risultati senza dubbio sorprendenti se si considera il contenuto, la qualità della ripresa e la fonte istituzionale che lo ha divulgato, senza ricorrere ad alcun tipo di sponsorizzazione.

⁵⁴ Il *naming/logo* condensa graficizzandoli diversi stimoli direttamente ispirati alle nostre collezioni e alla sede del Museo: la realizzazione a tratti ondulati paralleli si ispira alla tecnica decorativa a pettine propria della ceramica di impasto villanoviana della prima età del Ferro (alleggerita e resa sinuosa per influsso dei motivi ornamentali recenziori), la conformazione dei tratti ondulati della "R" riproduce il motivo della silhouette aviforme della cosiddetta "barca solare" trainata da uccelli, caratteristico del medesimo periodo e ben rappresentato sull'urna a capanna in lamina di bronzo da Vulci risalente all'800 a.C. ca., presa a modello per tale rielaborazione. La rinuncia nel *naming* alla componente rinascimentale di Villa Giulia è, infine, compensata graficamente dalla riproposizione stilizzata nella "U" della planimetria originaria della Villa, con la sagoma del "teatro d'acque/ninfeo" rappresentata dal semicerchio inscritto nella lettera.

⁵⁵ <<https://www.museoetru.it/>> realizzato da Sarah Orlandi e da Marco Boldrini in stretta collaborazione con il personale del Museo. Il sito è stato ideato grazie a un percorso partecipato complesso nel quale sono stati coinvolti gli organi interni del Museo, il personale, gli abbonati e il pubblico, condividendo ogni scelta con apposite riunioni e presentazioni e definendo attraverso di esse le principali strategie di comunicazione che avrebbero dovuto dar voce alle varie anime del museo e rispondere alle esigenze dei suoi diversi pubblici. A tal fine il linguaggio è stato accuratamente semplificato e diversificato e le informazioni di immediata accessibilità sono state ridotte a quelle essenziali per la preparazione di una visita senza per questo rinunciare ad approfondimenti specifici come quelli offerti nelle sezioni "Capolavori", "Biografia delle opere" e "Scopri il museo", organizzate non più secondo l'itinerario di visita com'era nel sito precedente ma su una base che consente una costante implementazione, slegata dalle attuali e future logiche espositive. Particolare rilevanza è stata data alla comunicazione delle attività del museo, interne (sezione "Vivi le attività") o esterne ("I tuoi eventi"), inglobando in quest'ultima sezione gli eventi da organizzarsi in concessione, una delle voci più rilevanti nella prospettiva dell'interazione pubblico/privato e in quella della sostenibilità di un bilancio che, nel perseguire l'obiettivo del pareggio, trae da questi introiti le maggiori possibilità di reinvestimento per interventi a sostegno della conservazione e della valorizzazione del proprio patrimonio culturale e architettonico. Un obiettivo ribadito, naturalmente, anche nella sezione "Sostienici" dove, accanto agli ormai tradizionali strumenti dell'*Art Bonus*, del *5x1000* e del *crowdfunding*, figura la nostra già menzionata innovativa formula di abbonamento al Museo.

⁵⁶ Orlandi *et al.* 2018.

⁵⁷ <<https://www.museoetru.it/mappa-musei>>, 31.07.2019.

auspica, sia anche alla base della costituenda rete museale etrusca menzionata in apertura come futura destinazione del Museo di Villa Giulia.

Con la speranza di riuscire, attraverso iniziative come quelle citate, a intercettare sempre di più anche quelle fasce di pubblico che rifuggono per definizione dai musei, come gli adolescenti e i *teenagers* ai quali si è prestata particolare attenzione incentivando, ad esempio, la realizzazione di fumetti⁵⁸ e, soprattutto, quella di *videogames* dedicati agli Etruschi, come si è fatto da ultimo per tramite di un apposito protocollo di intesa con la società *Entertainment Game Apps, Ltd.*, legato allo sviluppo del videogioco strategico *Mi Rasna – Io sono etrusco* non tanto grazie alla concessione di un canone simbolico per l'utilizzo delle immagini quanto attraverso un contributo diretto al perfezionamento della qualità e della credibilità storica dei contenuti del gioco, indispensabile per innalzare il livello dell'esperienza e il contributo che essa può dare all'apprendimento attraverso il divertimento (fig. 9)⁵⁹.

Ma l'ultima e più ambiziosa innovazione che spero di poter introdurre nei prossimi anni ruota intorno al progetto provocatoriamente denominato *La macchina del tempio* che poche settimane fa è risultato tra i vincitori del bando pubblico "Ricerca e sviluppo di tecnologie per la valorizzazione del patrimonio culturale" promosso da *LAZIO INNOVA*, società *in house* della Regione Lazio.

⁵⁸ Da ultimo aderendo al progetto *Fumetti nei musei*, lanciato nel 2018 dal MiBAC in collaborazione con Coconino Press – Fandango, che consentirà nelle prossime settimane la pubblicazione della storia breve a fumetti *Gli aruspici* realizzata da Federico Rossi Edrighi dopo un sopralluogo dedicato in stretta collaborazione con la direzione del Museo.

⁵⁹ Nizzo c.s.b. Il gioco prevede la simulazione della gestione di una città etrusca attraverso il tempo. Tra gli aspetti più significativi vi è la previsione di una premialità che prevede crediti per i giocatori che, attraverso un normale sistema di geolocalizzazione, si "registrano" in tempo reale nei luoghi della cultura che hanno aderito al progetto. Un modo per incentivare la conoscenza reale del nostro patrimonio, sperimentato anche in altre iniziative affini come il videogame *Father and Son* finanziato dal Museo Archeologico Nazionale di Napoli ma che in *Mi Rasna*, grazie alla ramificazione delle istituzioni aderenti, diviene una fattiva prefigurazione del concetto stesso di *sistema museale nazionale*. La capacità di aggregazione di istituzioni di diversa natura (musei statali, civici, privati, comuni, enti locali ecc.) è, infatti, un'altra delle peculiarità che fanno onore al progetto e che, al di là del numero stesso dei *downloads*, lo rendono esemplare. Ma l'ultimo aspetto che merita di essere citato è quello relativo al reinvestimento nella valorizzazione che i proventi del videogioco stanno consentendo di realizzare. *Mi Rasna*, infatti, oltre a non aver usufruito di contributi economici da parte dei luoghi della cultura aderenti (nel caso di Villa Giulia, come si è detto, sono state anzi pagate le *fees* per l'utilizzo delle immagini, seppure in forma commisurata alle finalità del progetto), ha sin dall'inizio previsto una redistribuzione a loro favore del 3% del ricavato. Si tratta di un aspetto di straordinaria rilevanza, che denota non soltanto la sostenibilità economica nell'arco di meno di un anno di progetti di questo tipo e di questa qualità, ma anche la loro capacità di contribuire materialmente e non solo virtualmente alla promozione di quel patrimonio culturale che ne è alla base. Grazie a tale reinvestimento, dunque, Amoroso ha ideato un Festival etrusco (*Tyrrenikà*) che, dopo alcune tappe nei principali musei della rete, è culminato in una grande rievocazione storica il 2 giugno 2019 a Villa Giulia nell'ambito della manifestazione culturale "Romarché. Parla l'archeologia", cui è stato dedicato il fascicolo di «Forma Urbis», XXIV, maggio/giugno 2019.

Lo scopo, infatti, è quello di restituire alla fruizione del pubblico il tempio etrusco-italico di Alatri precedentemente citato, trasformato negli anni in un inaccessibile e stipatissimo deposito che tradisce le funzioni didattiche per le quali era stato concepito. Il progetto prevede la creazione al suo interno di uno spazio totalmente immersivo nel quale vivere l'esperienza del racconto della storia come in un viaggio attraverso il tempo, giocando non soltanto sulla componente tecnologica ma soprattutto su quella della narrazione storica che, se ben utilizzata, è senza dubbio la forma più coinvolgente di comunicazione⁶⁰. Un progetto che si estende anche agli altri spazi esterni della Villa, come il cortile e il ninfeo, per i quali sono in fase di progettazione sistemi di videoproiezione notturna in linea con le più efficaci esperienze di questo tipo finora realizzate.

7. *Epilogo*

Molti altri sono gli interventi e i progetti già realizzati o messi in campo sui quali non è possibile o pertinente soffermare l'attenzione in questa sede, pur essendo alcuni di essi inestricabilmente legati alle modalità di comunicazione del Museo e all'implementazione della sua accessibilità, sicurezza e fruibilità.

Giunti alla boa dei primi due anni non è facile tirare le fila di un percorso che è nato con ambizioni di ben più lunga durata di quelle che sembrano essere state al momento concesse al museo nella sua attuale strutturazione. L'elenco parziale dei risultati finora raggiunti e dei progetti avviati è stato delineato nelle pagine che precedono e può essere giudicato per quello che è o appare: un percorso senza dubbio complesso, nell'ambito del quale si è cercato di prestare pari attenzione anche rispetto ad altri aspetti fondamentali, seppur non particolarmente appariscenti, per la vita di un museo come la conoscenza, la documentazione e la razionalizzazione dei suoi depositi e dei suoi importantissimi fondi librari e archivistici, un compito immenso se si considera la lunghissima tradizione di cui Villa Giulia è erede.

Sotto tale punto di vista si può tranquillamente affermare che le potenzialità del Museo Etrusco sono tutte ancora da esprimere e necessitano di investimenti che consentano, da un lato, un ripensamento almeno parziale degli allestimenti e, dall'altro, il recupero di nuovi ed essenziali spazi strategici per accrescere la qualità e la gradevolezza dell'esperienza di visita e di fruizione e, al contempo, incrementare la sostenibilità dell'istituto. Il primo passo in tal senso è costituito dal recupero e dalla riapertura al pubblico della cosiddetta Caffetteria dell'Aranciera, collocata sul versante SE del Museo, verso piazza Thorwaldsen, presso quello che sin dalla prima metà del '900 avrebbe dovuto diventare il

⁶⁰ Secondo i principi che ho avuto già modo altrove di delineare: Nizzo 2016a, pp. 73-74 e 2018c, pp. 81-83.

secondo ingresso della Villa. Aperta in modo effimero oltre un decennio fa e quasi subito chiusa, la caffetteria, oltre a fornire il meritato ristoro al pubblico del Museo, potrebbe costituire essa stessa una attrazione, facendo leva sulle più volte sperimentate potenzialità dell'enogastronomia come attrattore culturale ed eccezionale strumento per l'implementazione emozionale e sensoriale delle esperienze di apprendimento e socializzazione⁶¹.

Ma la scommessa più grande è quella rappresentata dal recupero degli oltre 2000 mq delle Concerie Riganti, un complesso industriale nato nel 1870 nell'area un tempo occupata dai giardini di Villa Poniatowski. Si tratta di uno spazio ideale e strategico per il quale è prevista una destinazione polifunzionale ad alto livello di sostenibilità in grado di accrescere esponenzialmente l'attrattività del Museo e di compensare le attuali carenze di locali da destinare a esposizioni temporanee e ad attività culturali e ricreative (*museumshop*, *auditorium*, ristorante/bar con terrazza polifunzionale per eventi e spettacoli dal vivo, giardini, attività didattiche ecc.) di ampio respiro. Il tutto con benefici effetti anche sulla riqualificazione di un'area del territorio della Capitale dalle grandi potenzialità, tuttora non pienamente espresse, considerata la possibilità di usufruire di un accesso indipendente da Via Flaminia e di mettere così in relazione diretta il Polo Museale Etrusco con la direttrice che collega Piazza del Popolo all'Auditorium⁶².

L'intervento ha già ricevuto un primo finanziamento di 1.500.000 euro attraverso i "Fondi rinvenienti dalla programmazione 2007-2013", con i quali, entro il 2021, sarà completato il ripristino di una parte della struttura (cosiddetta "manica lunga" e terrazza). La porzione rimanente, si auspica, potrà essere anch'essa recuperata sia grazie alle nuove risorse che tali spazi consentiranno di intercettare sia attraverso il contributo di quanti vorranno continuare a credere in quello straordinario *sogno* che, sin dalle sue origini rinascimentali e poi nella sua storia museale recente, è stato ed è per molti il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, qualunque sia il suo futuro assetto organizzativo e istituzionale.

⁶¹ Nell'autunno del 2019 avrà inizio un primo intervento di recupero della caffetteria che consentirà il suo inserimento nei bandi di concessione per i servizi aggiuntivi cui il Museo sta lavorando sin dal mio insediamento ma che rischia di essere rallentato in seguito all'imminente riorganizzazione. Nel medesimo periodo sono previsti altri interventi volti a implementare la sicurezza e l'agibilità dell'istituto, grazie ai quali sarà possibile razionalizzare e recuperare diversi spazi, dotando il museo di una sezione destinata a restauri aperti al pubblico.

⁶² Nizzo 2019d e c.s.a.

Riferimenti bibliografici / References

- Benocci C., Delpino F., a cura di (2004), *Adolfo Cozza e il Museo di Villa Giulia*, Orvieto: Fondazione cassa di risparmio di Orvieto.
- Carmosino C. (2013), *La Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società*, «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», n. 1.
- Cerquetti M. (2015), *Dal materiale all'immateriale. Verso un approccio sostenibile alla gestione nel contesto globale*, «Il capitale culturale. *Studies on the Value of Cultural Heritage*», Supplemento n. 2, pp. 247-269.
- Corgnati M. (2018), *L'ombra lunga degli Etruschi. Echi e suggestioni nell'arte del Novecento*, Monza: Johan & Levi editore.
- De Cesaris A.L., Gregori Ferri E., Casalini A. (2018), *I beni culturali immateriali*, in *La gestione dei beni culturali. Organizzazione, regole, proposte*, a cura di L. Bracchitta, S. Monti, Santarcangelo di Romagna: Maggioli editore, pp. 97-115.
- Feliciati P., a cura di (2016), *La valorizzazione dell'eredità culturale in Italia. Atti del convegno*, «Il capitale culturale. *Studies on the Value of Cultural Heritage*», Supplemento n. 5.
- Garlandini A. (2007), *La carta nazionale delle professioni museali. Genesi, risultati, prospettive*, «Museologia scientifica», n.s. 1, pp. 129-139.
- Gualdani A. (2017), *Primi passi verso una disciplina di settore dei beni immateriali. Il caso del disegno di legge sulle manifestazioni, rievocazioni e giochi storici*, «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», n. 3.
- Morbidelli G., Bartolini A. (2016), *L'immateriale economico nei beni culturali*, Torino: Giappichelli.
- Nizzo V. (2015a), *Archeologia partecipata*, in *Archeostorie. Manuale non convenzionale di archeologia vissuta*, a cura di C. Dal Maso, F. Ripanti, Milano: Cisalpino, pp. 259-272.
- Nizzo V. (2015b), *Dall'arena del Colosseo alla storia di Ferrara: un'occasione per riflettere e confrontarsi su tendenze, limiti, potenzialità e aspirazioni del reenacting*, «Forma Urbis», XX, n. 2, febbraio, pp. 4-7.
- Nizzo V. (2016a), *...il Ministero economico più importante del Paese*, in *RAVELLO LAB 2016, Cultura e Sviluppo. Progetti e strumenti per la crescita dei territori. Contributi dai panel*, Atti XI edizione Ravello Lab (Ravello, 2016), «Territori della Cultura. Rivista on line», n. 26, pp. 68-75.
- Nizzo V. (2016b), *Archeologia è partecipazione*, «Forma Urbis», XXI, n. 9, settembre, pp. 5-11.
- Nizzo V. (2016c), *Sognai talmente forte che mi uscì il sangue dal naso*, in *Comunicare il Museo oggi: dalle scelte museologiche al digitale*, a cura di V. Curzi, L. Branchesi, N. Mandarano, Milano: Skira, pp. 411-422.
- Nizzo V. (2017a), *Da Ferrara a Faro; esperienze e strategie per la costruzione di una percezione partecipata dell'archeologia*, in *Raccontare l'Archeologia*.

- Strategie e tecniche per la comunicazione dei risultati delle ricerche archeologiche*, Atti del convegno (Policastro Bussentino, 2016), a cura di S. Pallecchi, Firenze: All'Insegna del Giglio, pp. 71-83.
- Nizzo V. (2017b), *Valori sociali, valori economici e sistemi di valutazione: la prospettiva da un (neo-)museo autonomo*, in RAVELLO LAB 2017, *Sviluppo a base culturale. Governance partecipata per l'impresa culturale*, Atti XII edizione Ravello Lab (Ravello, 2017), «Territori della Cultura. Rivista on line», n. 30, pp. 196-205.
- Nizzo V. (2018a), *Patrimoni di persone*, in *Impresa cultura. Comunità, territori, sviluppo*, 14° rapporto annuale Federculture 2018, Roma: Gangemi Editore, pp. 151-159.
- Nizzo V. (2018b), *Siamo il nostro Patrimonio: #Culturaèpartecipazione*, in *Museum.dià. Chronos, Kairòs e Aion: Il tempo dei musei*, Atti del II convegno internazionale di museologia (Roma, 2016), a cura di F. Pignataro, S. Sanchirico, C. Smith, Roma: Editorial Service System, pp. 29-43.
- Nizzo V. (2018c), *Matrimoni culturali tra comunità e territori*, in *Il patrimonio culturale di tutti, per tutti*, a cura di C. Ingoglia, Bari: Edipuglia, pp. 69-89.
- Nizzo V. (2018d), *Il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia e la macchina del tempio*, «Forma Urbis», XXIII, n. 5/6, maggio/giugno, pp. 5-11.
- Nizzo V., a cura di (2019a), *Storie di Persone e di Musei: persone, storie, racconti ed esperienze dei musei civici di Lazio, Umbria e Toscana tra tutela e valorizzazione*, Roma: Editorial Service System.
- Nizzo V. (2019b), *Storie di Persone e di Musei al Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia*, in Nizzo 2019a, pp. 17-62.
- Nizzo V. (2019c), *Radici, alberi e fronde: 130 anni di storia del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia*, in *Etruschi maestri artigiani. Nuove prospettive da Cerveteri e Tarquinia*, Catalogo della mostra, a cura di A. Cardarelli, A. Naso, Napoli: Artem, pp. 219-228.
- Nizzo V. (2019d), *Uno si sente perseguitato dalle immagini etrusche...*, in Tagliamonte, Guidobaldi 2019, pp. 13-18.
- Nizzo V. (2019e), *Guardare chi non ci guarda. Ascoltare chi non ci ascolta*, in *Una lezione di archeologia globale. Studi in onore di Daniele Manacorda*, a cura di M. Modolo, S. Pallecchi, G. Volpe, E. Zanini, Bari: Edipuglia, pp. 409-412.
- Nizzo V. (2019f), *Il [vero?] primo Re*, «Classico Contemporaneo», n. 5, pp. 36-67.
- Nizzo V. (c.s.a), *Ieri, oggi e domani. I primi 130 anni del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia tra passato, presente e futuro*, in *Musei d'Etruria*, Atti del XXVI Convegno Internazionale di Studi sulla Storia e l'Archeologia dell'Etruria (Orvieto, 2018), a cura di G.M. Della Fina, «Annali della Fondazione per il Museo Claudio Faina», in corso di stampa.
- Nizzo V. (c.s.b), *Luoghi del diletto: Videogiochi "nei" e "per" i Musei*, in *Videogames, Ricerca, Patrimonio Culturale*, in corso di stampa.

- Orlandi S.D., Calandra G., Ferrara V., Marras A.M., Radice S., Bertacchini E., Nizzo V., Maffei T. (2018), *Web Strategy in Museums: An Italian Survey Stimulates New Visions*, «Museum International, Special Issue: Museums in a Digital World», 70, n. 1-2, pp. 78-89, <<https://doi.org/10.1111/muse.12194>>.
- Santagati F. (2004), *Il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia. Origine e metamorfosi di un'istituzione museale del XIX secolo*, Roma: l'Erma di Bretshneider.
- Tagliamonte G., Guidobaldi M.P., a cura di (2019), *EtruSchifano. Mario Schifano a Villa Giulia. Un ritorno*, Catalogo della mostra, Pescara: Fondazione Pescaraabruzzo – Ianieri Edizioni.
- Valenti M. (2019), *Ricostruire e narrare. L'esperienza dei Musei archeologici all'aperto*, Bari: Edipuglia.
- Valenti N., Ricci S., Fronza V., a cura di (2018), *Dalle fonti alla narrazione. Ricostruzione storica per il racconto della quotidianità*, Firenze: All'Insegna del Giglio.
- Vanni M. (2018), *Il museo diventa impresa. Il marketing museale per il break even di un luogo da vivere quotidianamente*, Torino: Lexis.
- Viganò F., Lombardo G. (2018), *L'impatto sociale generato dai musei. L'applicazione della metodologia SROI*, in *Ambienti digitali per l'educazione all'arte e al patrimonio*, a cura di A. Luigini, C. Panciroli, Milano: FrancoAngeli, pp. 331-349.
- Volpe G. (2016), *Un patrimonio italiano. Beni culturali, paesaggio e cittadini*, Novara: Utet.

Appendice

MUSEO NAZIONALE ETRUSCO DI VILLA GIULIA:
visitatori dal 1996 al 2018

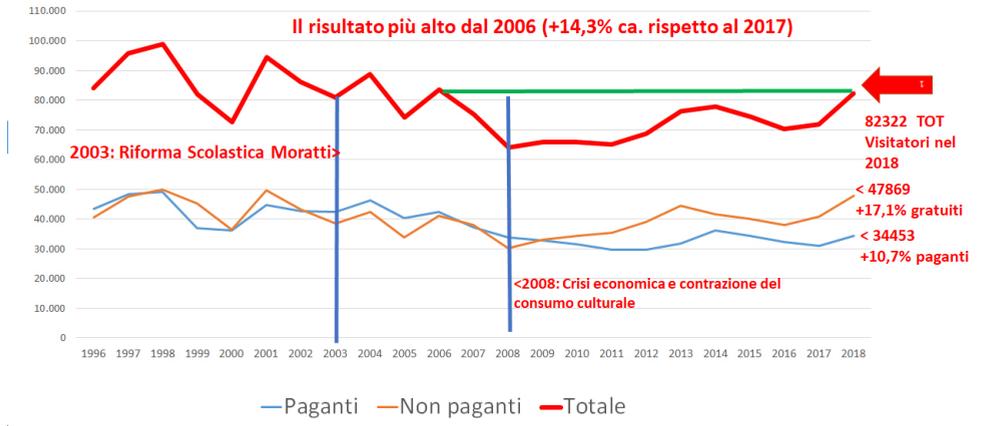


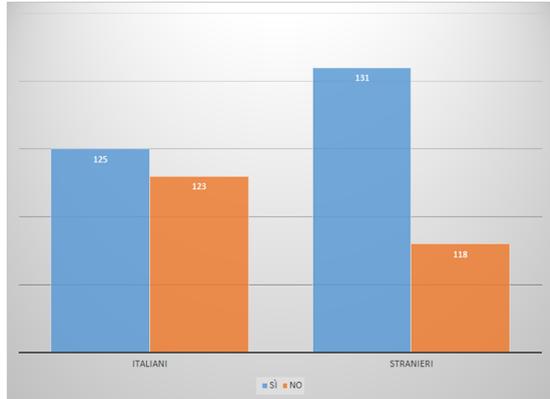
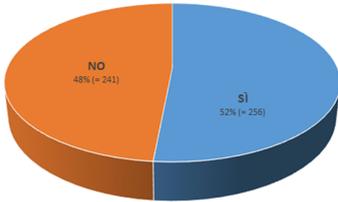
Fig. 1. Villa Giulia: grafico dell'andamento storico (1996-2018) dei visitatori del Museo (elaborazione V. Nizzo)



- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1 - Monte Porzio Catone (RM) | 22 - Lanuvio (RM) |
| 2 - Trevignano Romano (RM) | 23 - Baschi (TR) |
| 3 - Alatri (FR) | 24 - Todi (PG) |
| 4 - Latina | 25 - Frosinone |
| 5 - Formello (RM) | 26 - Orvieto (TR) |
| 6 - Valentano (VT) | 27 - Blera (VT) |
| 7 - Marino (RM) | 28 - Pitigliano (GR) |
| 8 - Canino (VT) | 29 - Murlo (SI) |
| 9 - Cortona (AR) | 30 - Castiglion Fiorentino (AR) |
| 10 - Mazzano Romano (RM) | 31 - Aquino (FR) |
| 11 - Porano (TR) | 32 - Nepi (VT) |
| 12 - Terni | 33 - Bolsena (VT) |
| 13 - Castiglione della Pescaia (GR) | 34 - Montelupo Fiorentino (FI) |
| 14 - Carmignano (PO) | 35 - XI Comunità Montana dei Castelli Romani (RM) |
| 15 - Nettuno (RM) | 36 - Priverno (LT) |
| 16 - Capodimonte (VT) | 37 - Artena (RM) |
| 17 - Volterra (PI) | 38 - Amelia (TR) |
| 18 - Fiesole (FI) | 39 - Colle Val d'Elsa (SI) |
| 19 - Torgiano (PG) | 40 - Orte (VT) |
| 20 - Pomezia (RM) | 41 - Segni (RM) |
| 21 - Bracciano (RM) | 42 - Allumiere (RM) |

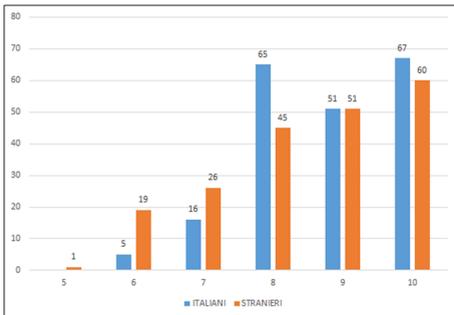
Fig. 2. Distribuzione geografica dei luoghi della cultura che hanno aderito all'iniziativa "Storie di Persone e di Musei" svoltasi a Villa Giulia dal novembre 2017 al maggio 2018 (da Nizzo 2019, grafica G. Giovine)

Conosceva già questo museo?



Nel complesso, come valuta la sua visita?

MEDIA (Italiani): 8,73
 MEDIA (stranieri): 8,51



Da 1 a 10 quale voto darebbe al Museo?

MEDIA (Italiani): 8,8
 MEDIA (stranieri): 8,5

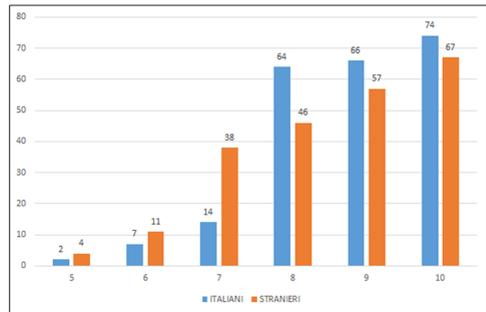
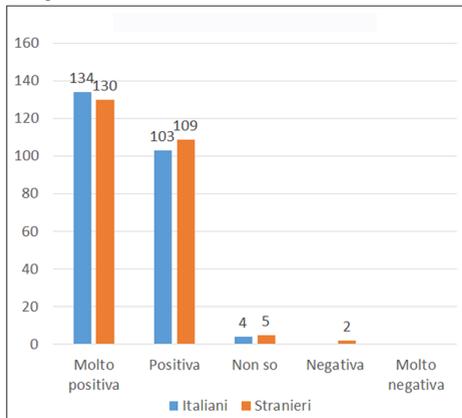
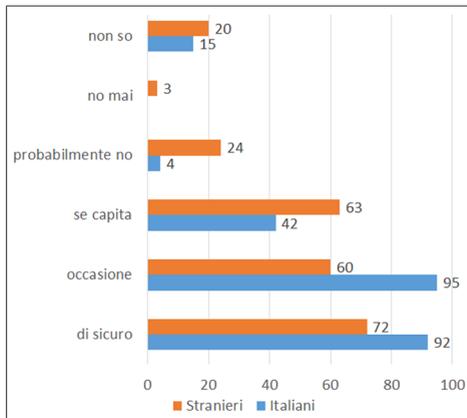


Fig. 3a-b. Elaborazione statistica di alcuni dei dati tratti dai questionari di *customer satisfaction* promossi dalla Direzione generale musei (elaborazione R. Laurito)

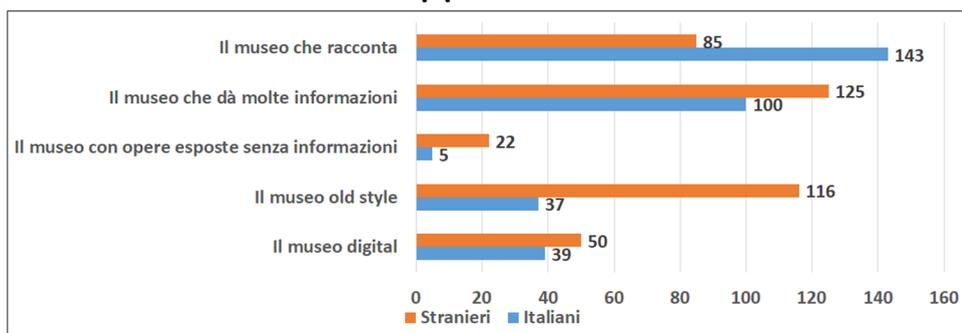
Nel complesso, la Sua esperienza è stata...



Tornerà?



Apprezza...



Cosa intende fare dopo la visita?

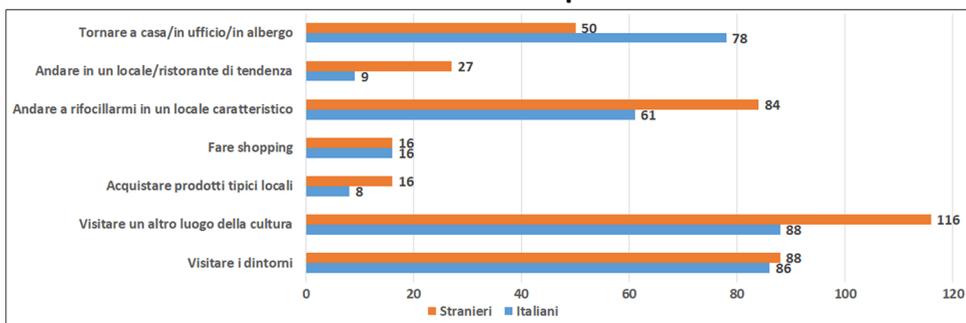


Fig. 3a-b. Elaborazione statistica di alcuni dei dati tratti dai questionari di *customer satisfaction* promossi dalla Direzione generale musei (elaborazione R. Laurito)

Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia
 Pubblicato da Anna Tanzarella [?] · 17 gennaio alle ore 11:41 · 🌐

#10yearschallenge

Cosa sono 10 anni rispetto all'eternità?

Eppure ogni tanto qualche ritocchino ci vuole. Per questo, come abbiamo annunciato lo scorso anno, nel corso del 2019 i nostri meravigliosi sposi saranno al centro di un importante intervento di studio e di restauro in collaborazione con l'Istituto Centrale del Restauro e Conservazione del patrimonio che contribuirà alla loro conoscenza e alla loro conservazione. Ma non preoccupatevi. Non li perderete d'occhio nemmeno un istante 😊.

Art Bonus ALES Arte Lavoro e Servizi Mibac

Prime anticipazioni a questo link: <https://bit.ly/2T4xQo4>

Prestazioni del tuo post

28.104 persone raggiunte

1548 Reazioni, commenti e condivisioni 📊

1058 👍 Mi piace	207 Sul post	851 Sulle condivisioni
158 ❤️ Love	31 Sul post	127 Sulle condivisioni
69 😂 Ahah	8 Sul post	61 Sulle condivisioni
10 👏 Wow	3 Sul post	7 Sulle condivisioni
1 😓 Sigh	0 Sul post	1 Sulle condivisioni
1 😡 Grrr	0 Sul post	1 Sulle condivisioni
60 Commenti	4 Sul post	56 Sulle condivisioni
193 Condivisioni	191 Sul post	2 Sulle condivisioni

1893 Clic sul post

427 Visualizzazioni di foto	12 Clic sul link 📌	1454 Altri clic 📌
--------------------------------	-----------------------	----------------------

COMMENTI NEGATIVI

2 Nascondi post	1 Nascondi tutti i post
0 Segnala come spam	0 Non mi piace più

Le statistiche indicate potrebbero non essere subito aggiornate rispetto a ciò che viene visualizzato nei post

Fig. 4. Un post ironico lanciato dal profilo Facebook del Museo: @VillaGiuliaRm



Fig. 5. Villa Giulia: la ricostruzione del tempio etrusco-italico di Alatri realizzata alla fine dell'800 da A. Cozza e al centro del progetto *La macchina del tempio* (©MiBAC – Archivio ETRU; foto M. Benedetti)



Fig. 6. Villa Giulia: La rievocazione del sarcofago degli sposi in presenza di Franceschini per la giornata della disabilità del 3 dicembre 2017 (fonte AGCult)

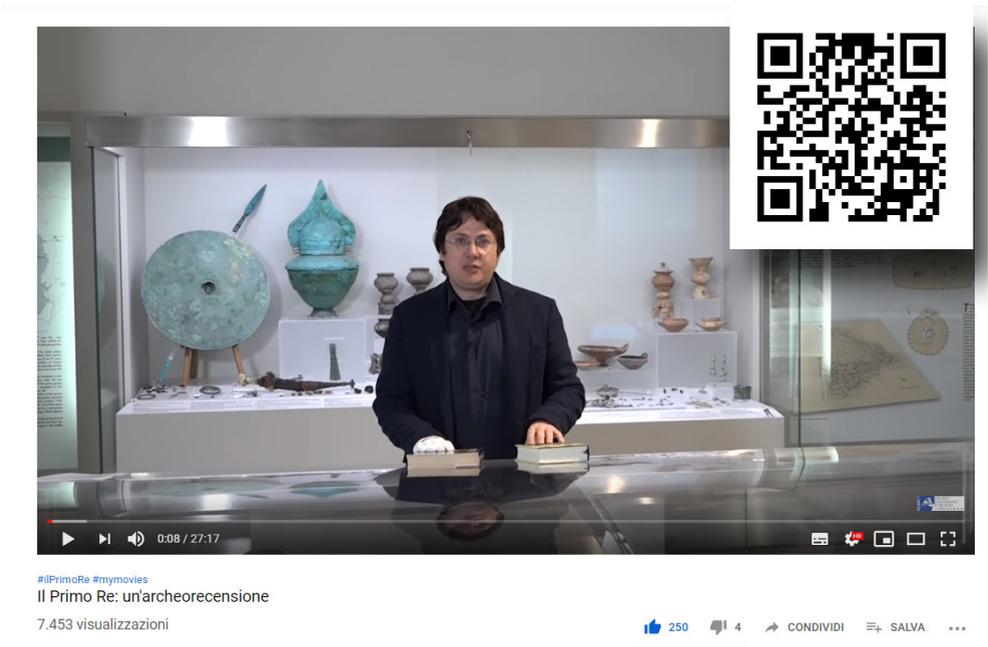


Fig. 7. Screenshot dell'Archeorecensione del film "Il primo Re" pubblicata sul canale Youtube del Museo: @Etruschannel (inquadrando con un'app dedicata il QR-Code in alto a destra è possibile visualizzare direttamente il video)

ETRUSCO
MUSEO NAZIONALE ETRUSCO

ETRUSCO MUSEO
NAZIONALE
ETRUSCO

Fig. 8a-b. Il nuovo logo del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia elaborato da Zetalab

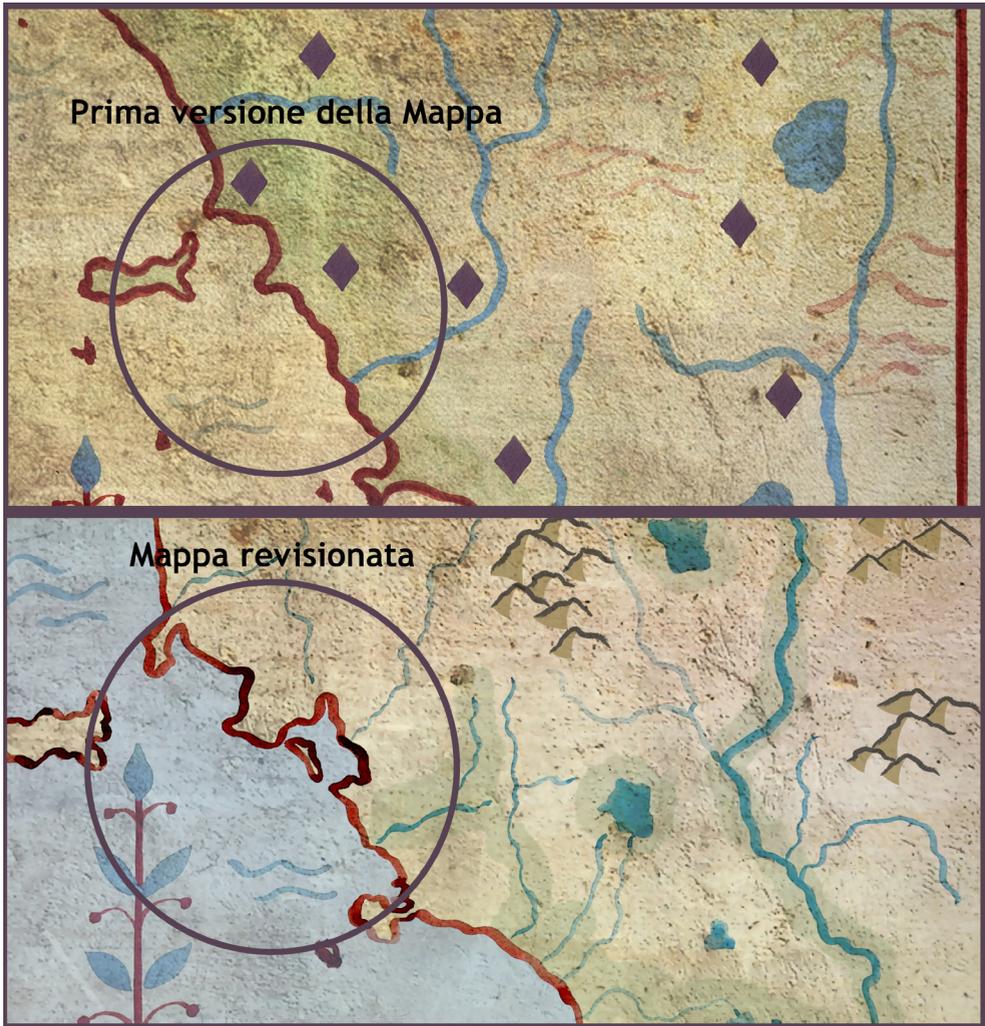


Fig. 9. *MiRasna*. Rielaborazione di una delle mappe in cui è ambientato il videogioco grazie alla consulenza storica del Museo.

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 Scialoja, 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>

