



2024

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. 30, 2024

ISSN 2039-2362 (online)

© 2010 eum edizioni università di macerata

Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

Direttore / Editor in chief Pietro Petrarola

Co-direttori / Co-editors Tommy D. Andersson, Elio Borgonovi, Rosanna Cioffi, Stefano Della Torre, Michela di Macco, Daniele Manacorda, Serge Noiret, Tonino Pencarelli, Angelo R. Pupino, Girolamo Scullo

Coordinatore editoriale / Editorial coordinator Maria Teresa Gigliozzi

Coordinatore tecnico / Managing coordinator Pierluigi Feliciati

Comitato editoriale / Editorial board Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Costanza Geddes da Filicaia, Maria Teresa Gigliozzi, Chiara Mariotti, Enrico Nicosia, Emanuela Stortoni

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, Caterina Papparello, Sabina Pavone, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni, Carmen Vitale

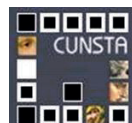
Comitato scientifico / Scientific Committee Michela Addis, Mario Alberto Banti, Carla Barbati †, Caterina Barilaro, Sergio Barile, Nadia Barrella, Gian Luigi Corinto, Lucia Corrain, Girolamo Cusimano, Maurizio De Vita, Fabio Donato †, Maria Cristina Giambruno, Gaetano Golinelli, Rubén Lois Gonzalez, Susan Hazan, Joel Heuillon, Federico Marazzi, Raffaella Morselli, Paola Paniccia, Giuliano Pinto, Carlo Pongetti, Bernardino Quattrocchi, Margaret Rasulo, Orietta Rossi Pinelli, Massimiliano Rossi, Simonetta Stopponi, Cecilia Tasca, Andrea Ugolini, Frank Vermeulen, Alessandro Zuccari

Web <http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult>, email: 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 Oltrepagina srl

Progetto grafico / Graphics +crocevia / studio grafico



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

Elogio della gratuità

Walter Santagata*

Potrei cominciare questo articolo con “*J’accuse*” o con “*I have a dream*”, ma non ho l’eloquenza dello scrittore, né il carisma del leader. Dico semplicemente “*Sono deluso, molto deluso*”, perché in questo Paese sono almeno 20 anni che si chiede di aprire i musei a tutti con gratuità di accesso, come si chiede che le risorse pubbliche destinate alla cultura raggiungano almeno l’1% del bilancio dello Stato (attualmente pari allo 0,26%). Ma non succede niente. Si sono trovati un po’ di soldi, si sono fatti enormi passi in avanti, ma la mentalità economicista con cui si rimane legati alla pratica del biglietto a pagamento persiste imperterrita. La sua radicalità è almeno pari all’incapacità di vedere nell’economia qualcosa di diverso dai soldi, come, per esempio, regole efficienti e riconoscimento del valore economico e di capitale della cultura.

A teatro lo chiamano *botteghino*, nei musei *biglietteria*, al cinema *cassa*, a Londra o a New York *box office*. Al di là del nome, ovunque esso esista, è una barriera all’ingresso: chi paga entra, chi non vuole o non può pagare sta fuori.

* Santagata W. (2008), *Elogio della gratuità*, in *L’arte dello spettatore. Il pubblico della cultura tra bisogni, costumi e tendenze*, a cura di F. De Biase, Milano: FrancoAngeli, cap. 13. Per gentile concessione dell’editore. Articolo originariamente pubblicato in «Il giornale dell’arte», n. 268, settembre 2007.

Corollario: se non ci fosse il ricavo del biglietto bisognerebbe trovare una fonte di entrate alternativa. Questa è l'essenza del dilemma sull'ingresso gratuito o a pagamento dei musei.

Per il manager si paga, per il cittadino il museo è parte fondamentale della cultura comune e tutti abbiamo diritto alla cultura. È una delle nostre libertà positive, un diritto sociale, che come tale fa parte delle politiche di *welfare*. I sostenitori del libero accesso considerano la funzione educativa pubblica come una delle principali funzioni dei musei. Pensano che la crescita del consumo di cultura, anche attraverso l'allargamento dell'utenza dei musei, sia un valore positivo. In ogni caso che imponesse il pagamento del biglietto per il consumo di un bene che è collettivo e con costi marginali di utilizzo pressoché nulli – ossia, un visitatore in più non costa praticamente nulla – sia una politica discriminatoria e miope.

Se l'obiettivo della riduzione del costo di accesso alla cultura è condivisibile per il suo valore sociale, non sempre si può dire che trovi applicazione pratica. Quanto aspetteremo in Italia prima di offrire l'accesso gratuito ai nostri Musei statali? E a quelli comunali e regionali? Già arriviamo in grande ritardo dopo l'Inghilterra di Tony Blair e del New Labour Party, ma il Ministero per i beni e le attività culturali italiano arriverà anche dopo le grandi città europee, come Parigi o come Bologna? Riusciamo perfino ad arrivare dopo la Francia? François Fillon, primo ministro di Nicolas Sarkozy, ha annunciato in un discorso al Parlamento che renderà gratuiti alcuni musei di Parigi e di altre città e che in un sistema culturale veramente democratico “*Non è pensabile che il Louvre abbia un biglietto di 15 euro!*”.

Il tema della libertà di accesso ai musei non è nuovo. Nasce in ambienti liberali anglosassoni e americani ed è stato variamente ripreso nel corso degli ultimi anni con posizioni favorevoli (i Musei civici milanesi prima della recente introduzione del biglietto a pagamento; io stesso con Giovanni Signorello nel 1999 a proposito dello studio su *Napoli Musei Aperti*) e contrarie.

Negli USA, dove la politica della gratuità ha tradizioni antiche, prevale l'idea che una larga diffusione della cultura sia necessaria per sviluppare il processo democratico e di piena integrazione sociale. I musei sono assimilati alle biblioteche, agli archivi e alla scuola.

Le ragioni pro e contro la *free admission* restano inevitabilmente antagoniste. Quello che manca è una nuova mentalità che sappia capire le motivazioni anche psicologiche dei visitatori e potenziali contribuenti, che comprenda che i musei sono un elemento decisivo della comunicazione di massa della cultura, della creatività e delle idee, e che non trascuri il ruolo musei come luogo di accumulo di una cultura di eccellenza segno indiscusso di identità nazionale, di immagine internazionale dell'Italia, e di integrazione multiculturale. Oggi va di moda criticare le identità in quanto portatrici di barriere sociali, di esclusione dell'altro (tesi spesso sostenuta dal premio Nobel per l'economia Amartya Sen) ma non credo sia un punto di vista accettabile. Abbiamo bisogno di

identità, esse sono il filo rosso che ci lega alla nostra cultura e la rafforza, ma abbiamo anche bisogno di amare le differenze tra identità diverse. Questa, per esempio, è stata la risposta dell'arte e della cultura di Michelangelo Pistoletto quando fonda il movimento *Love Difference*. Aumentare l'inclusione sociale rafforza le identità, amare le differenze sviluppa il dialogo in un mondo interculturale.

Contro la gratuità. I sostenitori del pagamento del biglietto considerano che le funzioni principali del museo siano costituite dalla collezione, dalla raccolta di opere, dalla loro conservazione, gestione e studio.

Circola un vetusto e un po' abusato ragionamento contro la gratuità che dice, in sostanza, che ciò che è gratis, non conta, non vale. È meglio sbarazzarsi subito di questo equivoco argomento. Si vuol dire che godersi liberamente un paesaggio da favola è senza valore? Che siccome al British Museum di Londra si entra *gratis* l'arte del mondo lì custodita o l'esperienza stessa di arricchimento culturale della visita è senza valore? Evidentemente no. I soliti saggi si sbagliano. L'accesso gratuito, che non implica – si noti – l'assenza di un contributo volontario o di altre forme di finanziamento, è un buon obiettivo di politica culturale. I problemi, semmai, sono altri e riguardano i modi e le tecniche di finanziamento delle istituzioni museali.

Si dice che i nostri musei offrono già molte occasioni di gratuità d'accesso e che queste sono sufficienti a realizzare la loro funzione sociale. Ma se si approfondisce un briciolo il ragionamento è facile scorgerne le debolezze. La gente è libera da impegni il sabato e la domenica: offrire l'ingresso gratuito il pomeriggio del primo martedì di ogni mese è pura ipocrisia.

Si dice che la gratuità favorisce di fatto gli stranieri e che i cittadini italiani pagherebbero per gli stranieri. Ma ben vengano gli stranieri a portare ricchezza a un'industria, quella turistica, che vale da sola il 12% del PIL italiano. Quanti italiani campano sul turismo estero? E poi, come vedremo, è possibile coinvolgere i turisti culturali esteri attraverso meccanismi fiscali che riguardano l'industria alberghiera.

Di quanti soldi stiamo parlando? Gli introiti dalla vendita dei biglietti dei musei statali italiani sono stati nel 2006 pari a 104 milioni di euro. La cifra è quella del fatturato di un'impresa medio-piccola; il Fondo Unico per lo spettacolo è circa cinque volte tanto. Di per sé questi soldi dei visitatori non sono nemmeno tali da risolvere i problemi finanziari dei musei. A seconda degli orari e della tipologia di museo le entrate coprono tra il 5% e il 15% dei costi di gestione. Vale la pena usare uno strumento così potenzialmente discriminante in cambio di poco o nulla? Nel 2006 i visitatori sono stati 34,5 milioni, di cui solo 16,3 milioni paganti. La distribuzione dei visitatori è molto squilibrata sul territorio. Il che vuol dire che le entrate dalla vendita dei biglietti riguardano di fatto tre città: a Napoli hanno pagato 5,3 milioni di visitatori, a Roma 9,7

milioni, a Firenze 5,2 milioni, tutto il resto d'Italia sta sotto il milione di visitatori paganti per città.

La libertà di accesso. Ma andiamo con ordine. In Italia si paga nei musei statali con le solite eccezioni di gratuità parziale per i giovanissimi e gli extravecchi. Negli enti locali c'è più differenziazione. Milano sembra rimpiangere una scelta a favore del pagamento attuata un paio di anni fa, Bologna ne sembra, invece, soddisfatta. L'esperienza internazionale più recente è quella del New Labour Party che nel 2001 ha introdotto la gratuità con un aumento nei primi 5 anni di 29 milioni di visitatori.

Come trovare 100 milioni di euro per l'ingresso gratuito ai musei? Una spesa di 100 milioni di euro, che equivale alle entrate dal pagamento dei biglietti dei musei statali italiani, può essere recuperata con vari strumenti. Anche per i musei degli enti locali si possono applicare criteri analoghi.

La contribuzione volontaria ("Paga quanto vuoi"). Oggi, a legislazione vigente, non sembra essere possibile nemmeno una forma di contribuzione volontaria aggiuntiva. Ho provato a fare un'offerta volontaria di €20 oltre il pagamento del prezzo del biglietto. Non ho ovviamente insistito più di tanto, ma non è stato possibile. Ma a che punto siamo! Si evoca in ogni occasione il contributo dei privati e non si predispongono procedure per renderlo possibile. Mi spiace dirlo, ma devo dedurre che si pensa solo ai contributi dei grandi mecenati, finanziari e contesse! Se si guardasse agli USA o all'Inghilterra si vedrebbe che i privati in questione sono i soliti poveri cristi, che però amano la cultura e l'arte e sono disposti volontariamente ad aiutare chi la produce e la conserva. Forse è il momento per una campagna di sensibilizzazione che coinvolga sia il ministero, che gli enti locali, che tutti gli italiani in quanto utenti potenziali dei musei. Il metodo della contribuzione volontaria, quando funziona e per la quota di entrate che garantisce, è il più equo immaginabile.

Le controprestazioni dei cittadini verso lo Stato. C'è molta confusione, mediatica, sulle imposte e in generale sulla pressione fiscale, che in Italia è certamente troppo alta. In nome di una sua diminuzione si nascondono le diversità e si rende opaca la stessa filosofia fiscale. Se andassi dal Ministro dell'economia e gli chiedessi se è giusto pagare il conto al ristorante, probabilmente da buon liberale mi risponderebbe "Sì. Non ci sono pasti gratis". Ma se gli chiedessi di far pagare all'industria alberghiera e della ristorazione di Roma una *controprestazione* per quanto come Paese spendiamo per la valorizzazione dei beni culturali che costituiscono il richiamo di una vastissima parte del turismo culturale e religioso, mi direbbe che pasti gratis esistono e guai a togliere qualche privilegio consolidato! Le chiamano imposte di scopo, ossia

controprestazioni pagate come su un mercato qualsiasi, in cui il venditore è il settore pubblico (Stato ed enti locali) e il compratore il destinatario della prestazione. Nel mirino delle imposte di scopo ci sono ovviamente le attività connesse al turismo culturale, ma la Commissione ministeriale presieduta dal dott. Davide Croff nella sua relazione conclusiva (2006) richiama il coinvolgimento dell'industria audiovisiva, la TV in particolare, per quanto riguarda il sostegno delle arti dello spettacolo; ma mi sembra dimentichi l'industria alberghiera per quanto riguarda il sostegno del patrimonio culturale. L'accresciuto impatto del turismo culturale sulle economie locali è evidente. Per esempio, quale potrebbe essere l'effetto sul sistema turistico mondiale dell'annuncio che i musei italiani sono "universalmente aperti e gratuiti"?

In parole povere, se l'industria culturale alberghiera, quella degli audiovisivi e aggiungerei quella del *made in Italy* (moda, design ecc.) fanno affari grazie all'uso della cultura italiana come input produttivo e la cultura è sostenuta dalla spesa pubblica, è giusto e sacrosanto che in cambio di questo servizio paghino una controprestazione. Le modalità tecniche possono essere diverse, ma quel che conta qui è il principio per cui si paga per i benefici che si ricevono e che si riduce la discrezionalità della politica rispetto alle preferenze dei cittadini, perché la destinazione della controprestazione è fissa e non negoziabile.

Ci sono due esempi di finanziamento dei beni culturali attraverso le *imposte di scopo* che sono negativi per ragioni diverse.

Il primo è quello dei proventi delle lotterie. I trasferimenti delle lotterie sono in linea di equità perversi, perché al Lotto gioca la povera gente e i trasferimenti vanno ai ricchi che visitano i musei o vanno ai concerti. I poveracci che comperano i biglietti del Lotto non vanno spesso a teatro. Questi trasferimenti sono di tipo regressivo dal povero al ricco. Meglio sarebbe devolvere i proventi del Lotto a spese sociali più direttamente di aiuto alle classi povere.

Il secondo esempio è il meccanismo di finanziamento di ARCUS/ Società per lo sviluppo dell'arte, della cultura e dello spettacolo, istituita con la legge 291/2003. La sua missione è di gestire i fondi derivanti da un prelievo del 3% (dal 2005 la percentuale è stata aumentata al 5%) sulle spese in conto capitale per pubbliche infrastrutture. Oggi, di fronte ai suoi molti problemi, la società è stata commissariata e rappresenta un esempio negativo.

In una versione virtuosa, tuttavia, l'uso dei fondi ARCUS potrebbe essere particolarmente utile a livello locale, quando per esempio la creazione di un distretto culturale, come per esempio quello museale della "Città Reale" di Torino, venisse lanciato a livello internazionale offrendo la gratuità di accesso ai suoi musei. ARCUS, infatti, può "promuovere la nascita e la costituzione di bacini culturali, cioè di aree geografiche sulle quali insistono beni culturali emblematici, in una visione integrata e sistemica capace di collegare ai beni culturali locali le infrastrutture, il turismo, le attività dell'indotto, i trasporti". La politica dei distretti culturali è una delle più promettenti per il forte legame che istituisce tra cultura, società e territorio.

I finanziamenti erogati nel biennio 2004-2005 sono stati pari a circa 100 milioni di euro.

L'incremento di vendita dei servizi aggiuntivi. Questa fonte di entrata è direttamente collegata con il previsto aumento di visitatori a seguito della gratuità. In parole povere è da presumere che entrando gratis i visitatori siano in qualche modo incentivati a spendere di più nell'acquisto di un catalogo, di un libro, o di un pasto al ristorante del museo. Sarebbe interessante poter stimare quanto si incasserebbe in più con l'aumento dei visitatori e delle loro spese in servizi accessori e aggiuntivi.

Lo sviluppo di nuove forme di mecenatismo e sponsorizzazione. Ci si lamenta spesso che i privati siano poco sensibili al sostegno economico dell'arte e della cultura. Forse la ragione sta nella struttura degli incentivi fiscali proposti. Si pensa all'America e si sogna il sistema di incentivi fiscali sviluppato in un Paese in cui il mecenatismo, le donazioni e il volontariato sono una delle scelte fondanti del sistema. Da noi è diverso. Credo che valga di più l'incentivo psicologico che i nostri musei non sembrano in grado di saper gestire. Vale di più un busto in bronzo o una targa nell'atrio del Museo che una detrazione del 19% sull'imposta dovuta o una deduzione dal reddito del contribuente culturale? Insomma bisognerebbe di nuovo cambiare mentalità ricordando che nei contesti altruistici le norme (norme morali, codici di condotta, regole etiche) possono essere più incentivanti che le leggi fiscali o la regolazione giuridica. Ma ancora, è in grado il museologo economicista a cambiare mentalità?

Effetti sulla gestione dei musei. La gratuità di accesso sembra paradossalmente porre il direttore del museo al riparo da ogni reazione negativa del pubblico, nel senso che gli introiti diventerebbero una sorta di entrata fissa e indipendente dalla capacità di attrazione di visitatori. Non è vero. Dico questo in modo allusivo perché, come è noto, i musei italiani non sono ancora centri di spesa e non hanno autonomia gestionale. A questo riguardo i punti che seguono vanno intesi più come indicazione programmatica che come prescrizione amministrativa.

- Il contributo sostitutivo della tassa di ingresso può essere in qualche modo commisurato ai risultati raggiunti in termini di affluenza di visitatori. Per esempio ogni museo può essere finanziato con una quota correlata al totale delle visite.
- Come notano giustamente gli scettici della gratuità, gli effetti positivi di aumento dei visitatori tendono a scomparire dopo qualche semestre. È un'osservazione giusta che va letta a mio giudizio così: i visitatori sono inizialmente attratti dalla gratuità, possono però riconsiderare le loro scelte e non ritornare ai musei se l'esperienza di visita si rivela deludente.

In altre parole il flusso si arresta e assesta ai soliti valori storici, se il museo non migliora la qualità delle esposizioni, dei servizi e delle mostre. Se è noioso, perché ritornare?

- Il contributo volontario è un'entrata in qualche modo collegabile alla soddisfazione del visitatore e alla rilevanza storico artistica della collezione permanente. Più il visitatore è soddisfatto, più contribuisce, tenuto ovviamente conto delle sue condizioni personali.
- Di fronte a un finanziamento collegato ai risultati, diventa importante la buona gestione e la produzione di esposizioni temporanee, dove il biglietto giustamente si paga. Queste costituiscono una fonte primaria e a pagamento di risorse. Non le misere una o al massimo due mostre l'anno, ma quattro o sei, tematiche e di diversa qualità e importanza per catturare in ogni momento nuovi visitatori. Quindi un incentivo a produrre più mostre temporanee.
- L'eliminazione dei costi di biglietteria è una risorsa implicita importante perché per molti musei italiani i proventi degli ingressi non coprono il costo del servizio di biglietteria.
- Ovviamente se l'ipotesi di un aumento di visitatori fosse confermabile occorrerebbe valutare anche il suo impatto sui costi di gestione dei musei.
- Va infine notato che la politica della gratuità è facilmente reversibile, almeno sul piano amministrativo.

Congestione e prenotazione obbligatoria. Per i grandi musei la gratuità di accesso e il contributo volontario potrebbero rivelarsi un *boomerang*, soprattutto a causa dei costi di congestione. La novità accrescerebbe la già drammatica corsa alla visita dei soliti eccezionali luoghi d'arte e di cultura.

Occorre in qualche modo razionare, come dicono gli economisti, gli ingressi. I modi non sono tanti: o si aumenta la tassa di ingresso, ma qui siamo in tema di gratuità, oppure si accettano le code di una domanda in eccesso alla capacità di offerta.

C'è un'altra possibilità meno invasiva e costosa per il visitatore: la prenotazione obbligatoria. Certo è una forma di coda, ma ha il vantaggio di poter essere gestita con un grande anticipo. Inoltre i turisti-visitatori si spalmano su un periodo di tempo più largo favorendone l'assorbimento turistico anche in altri settori come quello alberghiero. Infine di fronte a una proposta di prenotazione troppo avanti nel tempo il turista potrebbe essere indotto, con una apposita campagna di sensibilizzazione, a organizzare il suo percorso di visita scegliendo i cosiddetti musei minori, ma solo di nome.

Concludendo e ribadendo il beneficio e l'equità di una politica di gratuità di accesso ai musei, credo che senza una grande campagna nazionale di sensibilizzazione il passaggio alla gratuità rischia l'insuccesso del "fuoco di paglia", cioè di una risposta banale dei cittadini, un atteggiamento che dopo pochi mesi rientra e si appiattisce su un numero di visitatori molto inferiore

all'atteso. Bisogna lavorare contro questa possibilità legata alla mancanza di innovazione e creatività nelle politiche museali.

Quando dico che serve un cambiamento di mentalità dico una cosa semplice: se non si cambia prospettiva di azione *non si vedono* i modi di finanziamento oggi più efficaci che in passato, si rimane prigionieri di una visione burocratica che cerca il privilegio sicuro più dell'iniziativa rischiosa, che si accontenta di pochi utenti paganti più dell'inclusione culturale di tutti.

Ogni tanto ho un sogno. Che il nostro Ministro dei beni culturali vada alle Nazioni Unite e annunci che l'Italia apre i suoi tesori d'arte all'intera umanità. Lo faccia, Ministro, in modo politicamente intelligente, avendo come riferimento da un lato la crescita dell'immagine internazionale del nostro Paese, con quello che ne segue anche in termini di impatto economico sulle nostre industrie e servizi, e dall'altro il contributo che possiamo dare alla crescita culturale del mondo, legata alla grande tradizione italiana di arte e cultura umanistica, dialogante, creativa e multiculturale.

JOURNAL OF THE DIVISION OF CULTURAL HERITAGE
Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
University of Macerata

Direttore / Editor

Pietro Petrarola

Co-direttori / Co-editors

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

Texts by

Gianpaolo Angelini, Federica Antonucci, Letizia Barozzi, Nadia Barrella,
Enrico Bertacchini, Fabio Betti, Paola Borrione, Monica Calcagno, Angela Calia,
Maria Caligaris, Stefania Camoletto, Raffaele Casciaro, Mariana Cerfeda,
Mara Cerquetti, Mario D'Arco, Mariachiara De Santis, Giorgia Di Fusco,
Daniela Fico, Girolamo Fiorentino, Martha Friel, Nicola Fuochi, Giorgia Garabello,
Luciana Lazzeretti, Roberto Leombruni, Martina Leone, Andrea Carlo Lo Verso,
Melissa Macaluso, Giada Mainolfi, Dario Malerba, Angelo Miglietta,
Monica Molteni, Maria Rosaria Nappi, Paola Novara, Paola Pisano,
Francesco Puletti, Daniela Rizzo, Alessandro Romoli, Walter Santagata,
Giovanna Segre, Matilde Stella, Giuliana Tomasella, Francesco Trasacco,
Piergiorgio Vivencio

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

