

**126**

**aprile 2015**



engramma 126

aprile 2015

## ARCHITETTURE DEL SAPERE

Basso Peressut / De Benedictis/ Guarnieri / MacGregor /  
Mandarano / Torre



ENGRAMMA • 126 • APRILE 2015  
LA RIVISTA DI ENGRAMMA • ISBN 978-88-98260-71-3

# Architetture del sapere

a cura di Maria Bergamo, Emma Filipponi,  
Cristiano Guarnieri

ENGRAMMA. LA TRADIZIONE CLASSICA NELLA MEMORIA OCCIDENTALE  
LA RIVISTA DI ENGRAMMA • ISBN 978-88-98260-71-3

DIRETTORE

monica centanni

REDAZIONE

elisa bastianello, maria bergamo, giulia bordignon, giacomo calandra di rocolino,  
olivia sara carli, claudia daniotti, francesca dell'aglio, simona dolari, emma filipponi,  
silvia galasso, marco paronuzzi, alessandra pedersoli, daniele pisani, stefania rimini,  
daniela sacco, antonella sbrilli, linda selmin

COMITATO SCIENTIFICO INTERNAZIONALE

lorenzo braccesi, maria grazia ciani, georges didi-huberman, alberto ferlenga, kurt  
w. forster, fabrizio lollini, paolo morachiello, lionello puppi, oliver taplin

*this is a peer-reviewed journal*

6	Editoriale Maria Bergamo, Emma Filipponi, Cristiano Guarnieri
8	Architetture del sapere Per una storia dell'architettura museale nell'Europa moderna Cristiano Guarnieri
37	The <i>cabinet</i> and the gallery Introspection and ostentation in early collection history Arthur McGregor
55	Testo come spazio Note sull'architettura memoriale di Santa Giustina a Padova Andrea Torre
78	Tra 'progetto' e sogno: a Dresda il museo di Francesco Algarotti Cristina De Benedictis
98	Spazi e forme dell'esporre tra <i>cabinet</i> e museo pubblico Luca Basso Peressut
125	La <i>Wunderkammer</i> come strumento di conoscenza Recensione a <i>The first treatise on museums. Samuel Quiccherberg inscriptions 1565</i> , Translation by M. A. Meadow, B. Robertson, Introduction by M. A. Meadow, The Getty Research Institute, Los Angeles 2013 Cristiano Guarnieri
129	#museumscan Presentazione del libro <i>Il marketing culturale nell'era del web 2.0. Come la comunità virtuale valuta i musei</i> , Rimini 2014 Nicolette Mandarano

## #museumscan

Presentazione del libro *Il marketing culturale nell'era del web 2.0. Come la comunità virtuale valuta i musei*, Rimini 2014

Nicolette Mandarano



Il volume – edito da Guardaldi – si propone di indagare la produzione di contenuti “dal basso”, lo scambio di materiali, idee, opinioni in scala potenzialmente planetaria sul web 2.0, compartecipato e democraticamente aperto a tutti: un fenomeno culturale inedito, che caratterizza gli anni più recenti della nostra storia. Tra i molti ambiti interessati dal fenomeno, il turismo – inteso in senso ampio, dagli alberghi ai ristoranti, dagli eventi alle attività turistiche – è tra quelli che più profondamente si è modificato con l'avvento di nuove modalità di comunicazione e condivisione d'interessi, con la nascita di piattaforme dedicate quali ad esempio Booking o TripAdvisor.

Fenomeno nel fenomeno, da qualche tempo gli utenti di TripAdvisor hanno cominciato a recensire non più solo alberghi e ristoranti, ma anche siti turistici, comprendendo in questa categoria musei e siti archeologici ed artistici di vario genere. TripAdvisor nasce come piattaforma di scambio di opinioni ed esperienze riguardo ad attività commerciali.

L'intento è quello di offrire agli utenti parametri di scelta e confronto, e agli esercenti un feedback immediato e "reale" dell'apprezzamento e delle eventuali richieste e/o osservazioni del pubblico. Se per gli utenti l'opinione di un altro utente può favorire o modificare la fruizione del bene preso in esame, per gli esercenti tali opinioni potrebbero offrire utili indicazioni in vista di conferme o di migliorie possibili. Al di là di polemiche e sospetti legati alle possibili manipolazioni dei dati offerti, la piattaforma ha riscosso un indubbio successo.

Essendo dunque comparsi anche musei e siti archeologici tra gli oggetti di recensione, può essere utile per direttori museali, addetti alla comunicazione, esperti e addetti ai lavori in generale, confrontarsi con il gran numero di commenti in continua crescita. L'idea di base è stata dunque quella di analizzare la mole sempre più importante di opinioni online, per tracciare tendenze, gusti e sensibilità degli utenti rispetto alle "offerte museali", in modo da valutarne le aspettative, le reazioni, le delusioni o le soddisfazioni rispetto all'esperienza compiuta.

Non si tratta di semplice curiosità: la ricorrenza di alcuni dati – lamentele ricorrenti, osservazioni frequenti, ma anche apprezzamenti e suggerimenti – permette di valutare la funzionalità di alcuni aspetti del museo o del sito considerati e di conseguenza aiutare a pensare e progettare eventuali modifiche o migliorie degli stessi, al fine di incrementare la richiesta e l'afflusso dei visitatori. Infatti, se un museo o un'istituzione culturale vuole davvero adempiere ai suoi scopi, che non si limitano certo solo alla funzione di contenitore e conservatore di beni culturali, occorre mettere da parte quanto possibile resistenze ed elitarismi per avvicinarsi alle necessità dei visitatori, non necessariamente tutti addetti ai lavori o esperti. La comunicazione, l'offerta di servizi aggiuntivi, la funzionalità didattica ed educativa del museo non sono aspetti secondari dell'istituzione ma anzi, sempre più divengono elemento comprimario importante del museo stesso. Comprendere questo vuol dire mettersi in posizione di ascolto, e quindi darsi la possibilità di ricevere preziosi feedback al proprio lavoro.

Il volume si pone come primo passo di un'indagine più ampia a venire, e parte dunque da un primo campione statistico: quattordici musei dell'area romana, scelti sia perché in parte già oggetto di uno studio precedente riguardante l'apertura degli stessi alla comunicazione multimediale e alle cosiddette nuove tecnologie, ma soprattutto perché numericamente preminenti – tra le istituzioni museali romane – nei commenti degli utenti TripAdvisor. I musei prescelti sono: Le Domus Romane di Palazzo



Valentini, la Galleria Borghese, Palazzo Massimo (sede centrale del Museo Nazionale Romano), la Villa Farnesina, i Musei Capitolini, la Centrale di Montemartini (sede decentrata dei Musei Capitolini), Palazzo Barberini (Galleria Nazionale d'Arte Antica), la Galleria Nazionale d'Arte Moderna, il Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo, la Galleria Doria Pamphilj, Castel Sant'Angelo, il Museo Etrusco di Villa Giulia, i Mercati di Traiano, l'Ara Pacis. Musei nazionali, musei comunali e un'istituzione privata – la Galleria Doria Pamphilj – scelti dunque per avere un buon riscontro in termini statistici per il numero di commenti ad essi dedicati.

L'attenzione è stata dunque rivolta ai musei che hanno ottenuto più di 100 recensioni ciascuno (dato aggiornato al febbraio 2014). Per semplificare l'analisi dei dati emersi dalla lettura dei commenti, che essendo liberi e soggettivi presentano maggiori difficoltà di confronto, tali dati sono stati organizzati in tre tabelle. La prima denominata "Il museo" si concentra sull'edificio e sulla sua fruibilità in senso più generale; la seconda "Supporto alla visita" è dedicata agli strumenti che il visitatore può trovare appunto a supporto alla visita: dalle didascalie ai pannelli, dalle audio-guide alle postazioni multimediali; infine la terza tabella è dedicata ai giudizi forniti sui servizi: dalla biglietteria al bookshop, dalla caffetteria al guardaroba.

Si è poi introdotta un'ulteriore distinzione fra i giudizi dei visitatori italiani e quelli dei visitatori stranieri, specchio di orizzonti percettivi diversi. Se per gli italiani le aspettative sull'istituzione museale presa nel suo complesso risultano spesso secondarie, rispetto alla visita in sé, perché innanzitutto colpiti dalla bellezza di capolavori che per formazione scolastica e/o per esperienza personale riconoscono come tali; i visitatori stranieri, che hanno più difficoltà a comprendere il contesto storico-culturale di riferimento, anche per diversa formazione, tendono a concentrarsi maggiormente su elementi più sperimentati nelle istituzioni museali dei paesi d'origine – vale ad esempio per i servizi aggiuntivi e per gli strumenti comunicativi dei musei dei paesi soprattutto di area anglosassone – e quindi ad essere maggiormente critici nei confronti delle nostre istituzioni.

Il panorama generale che ne emerge non è dei più confortanti: infatti, è importante e realistico constatare, una volta per sempre, come la sola presenza delle opere d'arte non possa più considerarsi assoluta da ogni genere di mancanza e trascuratezza nell'organizzazione e nella gestione del museo. Le carenze possono evidenziarsi ovunque, e se ne accennano di seguito alcune. Vi sono ad esempio problemi strutturali come la difficoltà di accesso e percorrenza nelle sale scenografiche ma buie delle Domus

Romane, o la scarsa accessibilità per i disabili di Castel sant'Angelo o la non linearità dei percorsi di visita del Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo. Si tratta certo spesso di problemi relativi alla storia millenaria e alla fisicità stessa di alcuni dei luoghi segnalati, ma non per questo non almeno parzialmente risolvibili grazie ad una riprogettazione dei percorsi museali. Difficilmente più aggirabili i problemi derivanti da scelte allestitivo specifiche come l'allestimento tardosettecentesco della Galleria Doria Pamphilj.

Altri problemi non meno importanti sono quelli legati alla logistica più elementare, quella dei bagni ad esempio, scarsi, mal tenuti o difficilmente raggiungibili. Si tratta di un problema che affligge luoghi importanti come la Galleria Borghese, i Musei Capitolini o la Galleria Nazionale d'Arte Moderna, e talmente sentito che i visitatori si sentono invece in dovere di segnalare quelli ottimi dell'Ara Pacis. La didattica e la comunicazione interna dei "contenuti" museali è un altro punto dolente, soprattutto per gli stranieri privi spesso di quelle minime nozioni di base che noi italiani bene o male condividiamo in virtù della scolarizzazione obbligatoria: pannelli introduttivi mancanti in molti casi o mal tradotti in inglese o, come ai Mercati di Traiano, utilizzando terminologie troppo specialistiche, cartellini mancanti (Castel Sant'Angelo) o distanti dalle opere e quindi ingeneranti dubbi e confusione (Galleria Nazionale d'Arte Moderna). Mancano poi le audio-guide (Villa Giulia), o sono solo in italiano, o hanno la tendenza a scaricare le batterie prima della fine del percorso (Musei Capitolini).

Anche i servizi accessori come bookshop e punti ristoro deludono, che pure potrebbero annoverarsi anche tra le potenziali fonti di reddito. Se alcuni bookshop sono minimali o addirittura non hanno la guida del museo almeno in inglese (Villa Giulia), altri chiudono *prima* della fine del servizio al pubblico (Galleria Borghese) impedendo agli ignari visitatori di poter anche solo acquistare una cartolina. La comunicazione esterna dei musei esaminati – che permetterebbe una serena preparazione alla visita – è punto ugualmente difficile. Anche qui la scelta è varia. Molti visitatori rimangono fuori dal museo perché non si segnala adeguatamente che la prenotazione è obbligatoria (Galleria Borghese). Una visitatrice scrive: "Ci sono diversi 'Musei Nazionali' di Roma quindi assicuratevi che stiate andando nel posto desiderato". Difficile evidentemente far passare la comunicazione che il Museo Nazionale Romano ha quattro sedi distinte: Palazzo Massimo, le Terme di Diocleziano, Palazzo Altemps e la Crypta Balbi, e si capisce quindi perché le recensioni del Museo Nazionale Romano siano in parte rintracciabili anche sotto il nome di Palazzo Massimo, come se si trattasse

di due istituzioni distinte. La cosa poi di cui la maggior parte dei turisti stranieri si lamenta è poi la poca chiarezza su determinate e fondamentali informazioni: tra cui la localizzazione del museo e i mezzi per raggiungerlo. Di alcuni siti museali infatti si segnala l'assenza di informazioni che permetta di trovare facilmente il museo in questione (dato emerso con frequenza ad esempio nei commenti dedicati alle Domus romane di Palazzo Valentini, ma anche per il Museo Etrusco di Villa Giulia), o di raggiungerlo con facilità con i mezzi pubblici come per esempio nel caso della Centrale di Montemartini.

Le schede di lettura e l'analisi dei giudizi relativi alle singole istituzioni consentono una mappatura delle criticità caso per caso. Buona volontà vorrebbe che opinioni ed osservazioni fossero valutate. Non è un caso forse che tra i musei che hanno ottenuto il maggior numero di valutazioni positive e il minor numero di valutazioni negative vi sia la Galleria Doria Pamphilj, istituzione privata in cui c'è un interesse diretto all'ascolto delle opinioni dei visitatori – cui si dà puntuale risposta – con ricadute alquanto positive sia sulla gestione, sia sulla soddisfazione di quell'importante partner museale che è, a tutti gli effetti, il pubblico.



pdf realizzato da Associazione Engramma  
e da Centro studi classicA Iuav  
progetto grafico di Silvia Galasso  
editing a cura di Francesca Romana Dell'Aglio  
Venezia • aprile 2015

[www.engramma.org](http://www.engramma.org)



la rivista di **engramma**  
anno **2015**  
numeri **123-126**

**Raccolta della rivista di engramma del Centro studi classicA | luav, laboratorio di ricerche costituito da studiosi di diversa formazione e da giovani ricercatori, coordinato da Monica Centanni. Al centro delle ricerche della rivista è la tradizione classica nella cultura occidentale: persistenze, riprese, nuove interpretazioni di forme, temi e motivi dell'arte, dell'architettura e della letteratura antica, nell'età medievale, rinascimentale, moderna e contemporanea.**