

ARCHEOLOGIA & STORIA, ANTROPOLOGIA, MUSEOLOGIA, ARTE

STORIA, ANTROPOLOGIA, MUSEOLOGIA, ARTE | Periodico scientifico di informazione culturale

Anno II, n. 3, Dicembre 2023
In uscita il 16 Dicembre 2023

**MUSEI, PARCHI,
GALLERIE D'ARTE:
REALTÀ CULTURALI
D'ECCELLENZA**

ARCHEOLOGi&

STORIA, ANTROPOLOGIA, MUSEOLOGIA, ARTE
Periodico scientifico di informazione culturale



*In copertina:
Monteriggioni (foto
Monteriggioni AD 1213)
In quarta di copertina:
Installation view della
mostra di Javier Marín
"Corpus", 2018, MUDEC,
Milano (gentile concessione
della galleria d'arte Barbara
Paci, foto N. Gnesi)*



Pubblicazione registrata presso il Tribunale di Roma n°67/2022 del 10 maggio 2022

Direttrice responsabile
Simona Sanchirico

Coordinamento editoriale
Chiara Leporati

Redazione
Chiara Leporati, Giulia Resta, Simona Sanchirico, Livia Tartarone

Impaginazione e grafica
Giancarlo Giovine

Comitato scientifico
Silvia Aglietti (Ricercatrice indipendente), Luca Attenni (Museo Civico di Alatri, Museo Civico Lanuvino), Charles Bossu (Academia Belgica), Elena Calandra (ICA - Istituto Centrale per l'Archeologia), Franco Cambi (Università degli Studi di Siena), Mario Cesarano (Soprintendenza archeologia, belle arti e paesaggio per l'area metropolitana di Napoli), Leonardo Guarnieri (CoopCulture), Roberto Libera (Museo Diocesano di Albano), Mariano Malavolta (già Università degli Studi di Tor Vergata), Daniele Manacorda (Università degli Studi di Roma Tre), Davide Mastroianni (SIGEA - APS), Davide Nadali ("Sapienza" - Università di Roma), Valentino Nizzo (Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia), Ida Oggiano (National Research Council of Italy - CNR), Anna Pasqualini (già Università degli Studi di Tor Vergata), Simone Quilici (già Direttore del Parco Archeologico dell'Appia Antica), Christopher Smith (University of St Andrews), Marco Valenti (Università degli Studi di Siena), Giuliano Volpe (Università di Bari "Aldo Moro"), Enrico Zanini (Università degli Studi di Siena)

Referenze fotografiche
Foto d'archivio privato e di Enti pubblici e privati

Editore
Fondazione Dià Cultura

Amministrazione e segreteria
Fondazione Dià Cultura

Redazione: linea editoriale, progetto scientifico e veste grafica
Fondazione Dià Cultura

"Archeologi&. Storia, Antropologia, Museologia, Arte" è un prodotto della



Fondazione Dià Cultura
Via della Maglianella 65 E/H - 00166 Roma
T. 06 66990234
info@diacultura.org
www.diacultura.org

Presidente
Aldo Sciamanna

Presidente onorario
Massimo Fabbri

Comitato d'Onore
Pier Paolo Baretta; Domenica Bruno; Giovanni Bruno; Francesco Caputo Nasseti; Franco Chimenti; Rossana Ciuffetti; Enrico Cucchiani; Emmanuele F.M. Emanuele; Giuseppe Grosso; Daniela Mainini; Francesco Maiolini; Massimo Malagoli; Giovanni Malagò; Francesco Martinelli; Patrizia Molinari; Pino Nano; Laura Pellegrini; Sandro Portaccio; Giovanni Riso; Franco Sapio; Claudio Togna; Francesco Paolo Tronca

La rivista è sostenuta da Siaed S.p.A.
Via della Maglianella 65 E/H - 00166 Roma
T. 06 669901
info@siaed.it
www.siaed.it

Stampa
Rotostampa Group, via Tiberio Imperatore, 23 - 00145 Roma, tel. 06 5411332
info@rotostampa.com

Finito di stampare nel mese di Dicembre 2023 © Copyright Fondazione Dià Cultura

ARCHEOLOGi&/ **SOMMARIO**

- 1 **L'EDITORIALE.**
IL PARCO ARCHEOLOGICO DEL MOLINETE: UN CASO STUDIO PER L'ARCHEOLOGIA, PER LA RIGENERAZIONE URBANA E PER IL TURISMO CULTURALE
di Simona Sanchirico
- 4 **SCULTURE, PAESAGGI E CARTOGRAFIE**
di Barbara Paci
- 16 **LA CASA DELL'ARCHITETTURA A PIAZZA MANFREDO FANTI.**
UN CENTRO CULTURALE NELLO STORICO EDIFICIO DELL'ACQUARIO ROMANO
di Federica Colaiacomo
- 22 **IL MUSEO DELLO SPIRITO. COLLEZIONE E ATTIVITÀ DEL MUSEO DIOCESANO DI ALBANO**
di Roberto Libera
- 28 **LA VOCE DELL'ANTICO.**
OLEVANO E IL MITO ATTRAVERSO LE OPERE DEL MUSEO CIVICO D'ARTE
di Francesca Tuscano
- 34 **ESPORRE UNA FISTULA PER NON CAPIRE UN TUBO**
di Umberto Broccoli
- 36 **IL MUSEO CIVICO ETRUSCO ROMANO "G. BIANCHINI". UN MODELLO DI MUSEO INCLUSIVO E PARTECIPATO**
di Sonia Tucci con introduzione di Claudia Maciucchi
- 40 **SPINA ETRUSCA A VILLA GIULIA. UN GRANDE PORTO NEL MEDITERRANEO**
di Valentino Nizzo
- 42 **MAM - MUSEO ARCHEOLOGICO DI MONTERIGGIONI (SI)**
di Marco Valenti
- 52 **GLI SCAVI DI LORD SAVILE LUMLEY. IL SANTUARIO DI GIUNONE SOSPITA A LANUVIO (1884/1892)**
di Luca Attenni, Miriam Mammucari

MAM – MUSEO ARCHEOLOGICO DI MONTERIGGIONI (SI)

Marco Valenti, Università degli Studi di Siena, marco.valenti@unisi.it



1. Monteriggioni (foto Monteriggioni AD 1213); in basso: 2. Monteriggioni all'alba (foto F. Muzzi)



Monteriggioni, in provincia di Siena, con la sua cinta muraria imponente e le torri celebrate da Dante Alighieri nel XXXI canto dell'Inferno, 40-41 (*Però che come sulla cerchia tonda / Monteriggion di torri si corona, / così [n] la proda che 'l pozzo circonda / torreggiavan di mezza la persona / li orribili giganti, cui minaccia / Giove dal cielo ancora quando ton*) è uno dei centri monumentali tra i più fotografati o filmati in Italia.

Ha un'immagine di grande successo, icona non solo toscana del Medio Evo – anche di quello immaginifico – impiegata nel 2021 come simbolo della Festa d'Europa dal presidente della Commissione Europea Ursula Von der Leyen.

Costituisce, inoltre, meta turistica notevole per un centro abitato di 42 persone, privilegiata dal trovarsi in una sorta di quadrilatero "magico" per attrattività insieme a Siena, San Gimignano e Firenze; il rilevamento provinciale del 2022 registra 184.956 presenze.

È altamente vocato alla conservazione, valorizzazione e narrazione della propria Storia e in tale direzione gli sforzi dell'Amministrazione Comunale si concentrano su tre "luoghi" che permettono di vivere e comprendere un territorio di qualità: oltre al Castello, la Via Francigena e Abbadia Isola, complesso monastico fondato nel 1001. Sono le componenti di un circuito monumentale e paesaggistico, oggetto di politiche volutamente fondate sull'identità nel senso più positivo del termine ed espressa sulla base di un patrimonio culturale plasmato attivamente; in altre parole, legata alla memoria e ciò che ha tramandato dal punto di vista materiale e immateriale.

Gli aspetti elencati sono intesi come fattore di orgoglio locale e al tempo stesso come attrattori di turismo non generalizzato, ma neppure esclusivo, bensì interessato a conoscere e vivere i tanti racconti che Monteriggioni è in grado di proporre. Non si auspicano afflussi di massa che "infestino" un patrimonio strutturalmente fragile, soggetto a consumo fisico, spesso in pochissime ore per poi ripartire verso altre destinazioni in assurdi *tour de force* giornalieri. Una bassa qualità inutile, a discapito di arrivi più responsabili capaci invece di vivere il territorio e portare un impatto positivo sui suoi abitanti.

Preferiamo educare, condividendo le nostre informazioni nei luoghi in cui sono rivelate e rese disponibili. E sono scelte relazionate al pensiero dell'ultimo Zygmunt Bauman, tra i più influenti intellettuali del secondo Novecento, che ha riconosciuto l'incapacità della società attuale di trasmettere conoscenza e valori attraverso l'educazione: «l'arte del vivere in un mondo più che saturo di informazioni deve essere ancora acquisita. E ancor di più lo deve la ben più difficile arte di educare gli esseri umani a questa



3. Complesso monumentale di Abbadia Isola



4. Chiostro di Abbadia Isola durante i lavori di restauro (foto S. Bertoldi – Università di Siena)



5. Abbadia Isola dopo l'inaugurazione del 22 luglio 2023 (foto LIAAM - Laboratorio di Informatica Applicata all'Archeologia Medievale – Università di Siena)

vita». Perseguiamo questa strada inserendovi, inoltre, dei concetti elaborati dal noto economista danese Rolf Jensen, adattabili al bene culturale e alla sua modalità di trasmissione e conoscenza. Già nel suo *Dream Society* aveva preconizzato: «si venderanno solo i 'prodotti' capaci di incarnare un sogno, in quanto le merci non verranno acquistate tanto per la loro qualità intrinseca quanto perché capaci di evocare nel consumatore sentimenti, anche pensieri razionali positivi e coinvolgenti». Di recente, insieme a Mika Aaltonen, in *The Renaissance Society*, ha ricordato che il cambiamento di peso economico si sposterà dagli oggetti materiali ai servizi, quelli che richiedono un vero tocco umano; pertanto l'apprendimento diventerà la più grande industria del mondo, come i servizi il più grande mercato in crescita del XXI secolo: sottolinea la necessità di un marketing emotivo con *focus* sulle relazioni tra fornitori e utenti.

Tutto questo si è cercato, e si tenta ancora, di applicare a Monteriggioni. Ma come?

Fondamentalmente narmando storie e la storia di un territorio, attraverso tutti i mezzi possibili, dai social media alla rete sino ai video, dal presentare il castello, simbolo e brand indiscusso nelle possibili declinazioni. Portando cultura in tutte le sue forme, dai ricostruttori storici ai cosplayer dei videogame, dai fumetti e dagli illustratori sino alla Storia e

all'Archeologia, dalla memoria del passato a quella attuale. Creando eventi e stagioni continue di spettacoli, talk show, musica, presentazioni di libri ecc.; stabilendo una rete di cooperazione con tutti coloro che credono in questo sistema destinato a diffondere l'immagine del territorio per una chiara finalità: attrazione che nasce da una reputazione acquisita nel tempo e sulla quale si innestano continuamente iniziative di alta caratura. Citando ancora Zygmunt Bauman, per evitare l'influenza dell'odierno modo

di visita del Castello, costituito dalle mura e dal percorso didattico "Monteriggioni in arme", non esisteva prima del 2023 uno spazio così connotato, soprattutto un contesto museale tale da illustrare e far vivere l'identità monteriggione e fungere da attrattore di pubblico interessato al sapere; strumento fondamentale per la stessa costruzione e valorizzazione dell'identità locale, sviluppando un profondo senso di appartenenza e un'attività emblematica onde perseguire interessi collettivi.



6. Logo del MaM

di accedere alla cultura connotata da obsolescenza immediata; dunque offrire narrazioni coerenti alle quali conformarsi, che implicano obblighi e responsabilità verso contenuti qualitativamente alti. Queste convinzioni hanno condotto, di conseguenza, a sviluppare ancora di più gli obiettivi da perseguire, "riempiendo" un vuoto evidente nella costruzione di conoscenze e nel pianificare l'organizzazione in una realtà fisica specificamente dedicata a rivestire il ruolo di "polo culturale". Infatti, al di là del circuito

L'operazione è stata incentrata sul contesto monumentale di Abbadia Isola, in proprietà del Comune già dagli anni '90 del secolo scorso e restaurato a periodi non continuativi con cambi di progettazione che, comunque, non sono mai caduti nella tentazione di cedere l'immobile in vantaggiose operazioni economiche per le casse pubbliche: per esempio trasformarlo, come spesso avviene, in un relais di lusso e attrattivo. Sino a oggi era in attività solo un ostello dedicato alla ricettività dei pellegrini

lungo la via Francigena, inaugurato nel 2015 dopo un recupero strutturale durato oltre tre anni, due sale al piano terra vuote e una sala riunioni saltuariamente utilizzata; si parlava in quei frangenti proprio della Francigena come l'esempio concreto di uno sviluppo turistico sostenibile e capace di valorizzare un rapporto rinnovato tra visitatori e comunità; che andava ben oltre la mera informazione turistica, diventando legame di accoglienza e di scambio con le aree visitate: contesto in cui si affermava di valorizzare il turismo culturale.

Idee buone ma che non avevano poi avuto gambe poiché, al di là della ricettività e alcuni eventi, non era stata programmata una fisionomia culturale stabile del complesso e tale da assolvere a tali funzioni.

Il cambio di passo è avvenuto a partire dal 2020 quando Abbadia Isola è stata posta al centro di un nuovo progetto comprendente altri restauri, in particolare rinnovando il chiostro e gli allestimenti, oltre al ripensamento della parte dedicata all'ospitalità, che l'ha vista divenire innanzitutto museo e luogo di attività culturali continue e affidata in gestione alla società in house del Comune "Monteriggioni AD 1213".

È il MaM, acronimo di Museo Archeologico di Monteriggioni, che coinvolge l'intero complesso monumentale basandosi sull'incrocio informativo tra "esterno-interno"; racconta la storia dell'abbazia con apposite pannella-



7. Ricostruzione della donna deceduta tra fine XIII-inizi XIV secolo sepolta nel Chiostro (foto M. Verdicchio – MaM); in basso: 8. Ricostruzione dell'uomo del Chiostraccio (foto M. Verdicchio – MaM)



9. Maioliche arcaiche di XIV secolo, al centro boccale con stemma della famiglia Franzesi (foto M. Verdicchio – MaM)

ture ed elementi di valorizzazione open air – come il sepolcreto basso medievale, reso visibile, qui individuato dagli scavi archeologici nel chiostro – mentre le due aree espositive (Sala La Tinaia e Sala Sigerico) narrano tramite ricostruzioni, plastici, supporti multimediali, reperti e pannelli le vicende del territorio monteriggionese in un viaggio a ritroso nel tempo; comprende anche un ampio ambiente funzionale ad attività didattiche.

Classificabile come “piccolo museo”, è un’operazione in divenire, destinata a essere arricchita nel tempo – due nuove vetrine sono attese per gli inizi del 2024 – prevedendo rotazioni di reperti in esposizione, continue azioni educative, oltre a fare ricerca archeologica per la quale sono in corso di espletamento degli accordi quadro con la SABAP (Soprintendenza Belle arti e paesaggio per le province di Siena, Grosseto e Arezzo) e l’Università di L’Aquila.

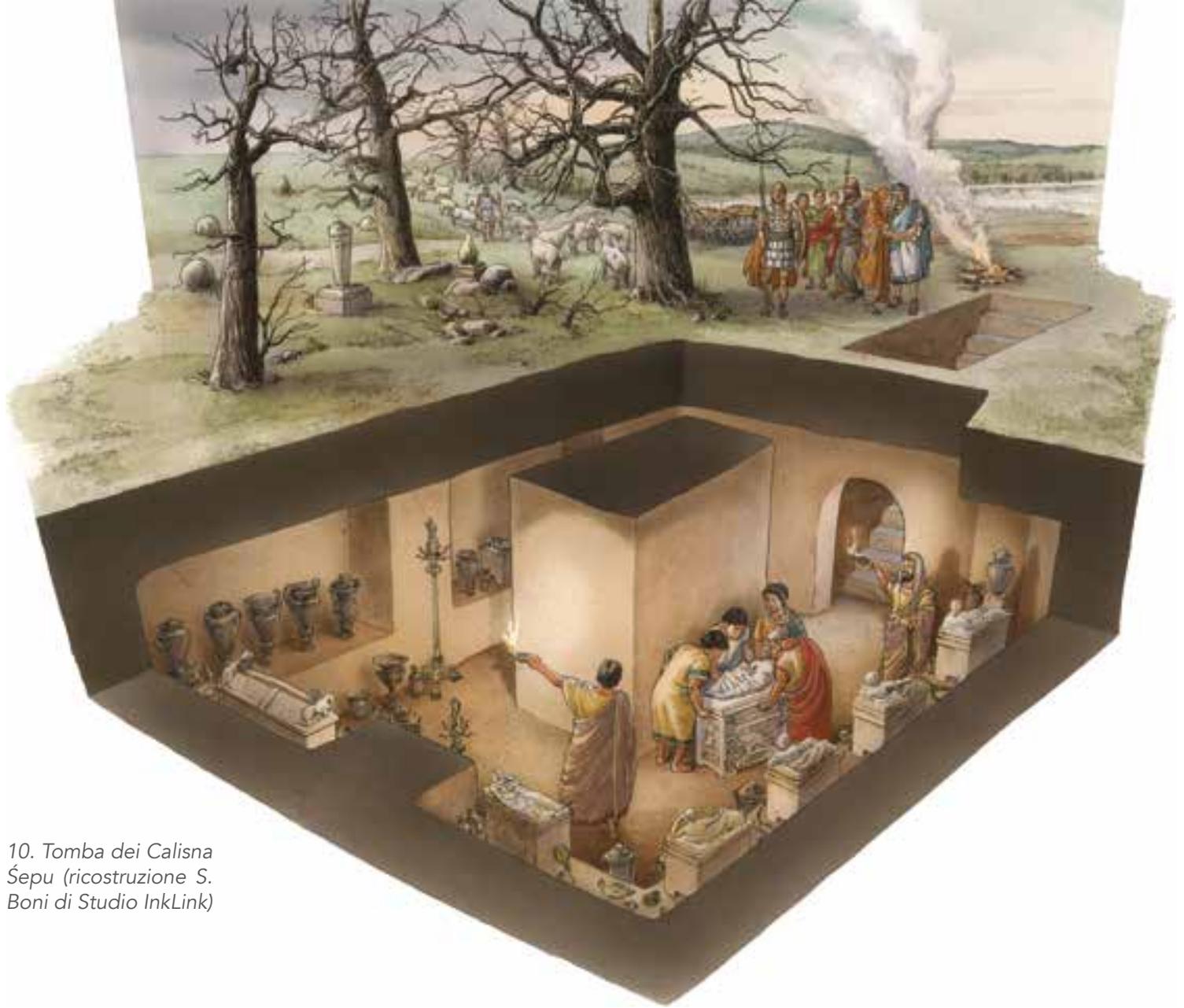
Sta poi per essere inaugurato al suo interno uno spazioso ambiente destinato a bar, la monumentalizzazione di una splendida cantina scavata nel terreno vergine, utilizzata sino alla fine dell’Ottocento e ancora dotata del sistema di sostegno-lavaggio delle botti, oltre alla partenza dei restauri della cinta muraria e della torre di fine XIV secolo in essa presente: elementi in grado di ampliare il circuito di visita e necessitati di nuovi supporti illustrativi.

In sintesi il MaM non vuole certo rappresentare un “antiquarium” a corredo di un’area monumentale; bensì essa stessa è totalmente un museo oltre che un organismo vivo, in evoluzione e dedita sia alla didattica sia alla ricerca.

La visita si configura pertanto come un viaggio à rebours nella storia di Monteriggioni, con costante riferimento all’ambito territoriale della Val d’Elsa e a temi di carattere più generale. I locali La Tinaia, oltre a ripercorrere le vicende dell’abbazia, sono incentrati sulla ricostruzione

di una probabile esponente della famiglia Franzesi (ultimi signori di Staggia influenti su Abbazia Isola) seppellita con i suoi gioielli nel chiostro stesso. Nella Sala Sigerico l’allestimento prosegue dall’età romana alla Protostoria, con un posto di rilievo attribuito alla tomba dei Calisna Šepu, della necropoli del Casone, rinvenuta nel 1893 in potere Malacena, i cui corredi, a seguito di vicende antiquarie, sono oggi dispersi tra il Museo Archeologico Nazionale di Firenze, il Museo Archeologico “Ranuccio Bianchi Bandinelli” di Colle di Val d’Elsa, il Museo Etrusco Guarnacci di Volterra, l’Antikensammlung di Berlino, il Museo Puškin di Mosca e collezioni private. In assenza dell’intero corredo, per cercare di ricostruire l’importanza e la ricchezza del contesto, è stato deciso di allestire un ambiente che coniughi l’esposizione dei materiali e le ricostruzioni di alcuni momenti della storia di questo fondamentale contesto, illustrato (come tutte le ricostruzioni grafiche presenti) da Simone Boni dello studio InKlink di Firenze.

In questa sezione è presente anche la ricostruzione del così detto “Uomo del Chiostraccio”; si tratta di uno scheletro trovato nel 1962 e considerato per anni il più antico uomo toscano conosciuto, essendo stato datato a oltre 15.000 anni. Oggi, grazie a nuove analisi (carbonio 14 e DNA), è stato possibile stabilire che non visse in età paleolitica, ma etrusca. Per questo, per spiegare le diverse metodologie di studio che hanno portato a questi risultati, è stato deciso di proporre una ricostruzione facciale del reperto, con una spiegazione delle tecniche che ne hanno precisato la datazione e l’inquadramento. Le ricostruzioni facciali sono state realizzate da Stefano Ricci del Laboratorio di Antropologia del Dipartimento di Scienze Fisiche, della Terra e dell’Ambiente dell’Università di Siena e le figure intere da Arké - Archeologia Sperimentale.



10. Tomba dei Calisna Šepu (ricostruzione S. Boni di Studio InkLink)

Al periodo di formazione del territorio in relazione al centro proto-urbano di Volterra, si lega invece l'insediamento della tarda età del Ferro in località Campassini scavato tra fine e inizio del nuovo Millennio. Era organizzato attorno a un vaso nel tempo diventato il fulcro dello sviluppo dell'abitato; così alle due capanne della prima fase, a cui è collegato anche un piccolo nucleo sepolcrale verosimilmente di pertinenza dei fondatori, si succedono importanti modifiche in relazione soprattutto alle attività produttive. Oltre ai materiali recuperati nel corso degli scavi, la sua spiegazione è arricchita da due plastici che illustrano la vita e la morte nel villaggio, attraverso la ricostruzione della capanna e della fornace da ceramica qui attiva.

Dei totem touch screen danno modo di accedere, infine, a video di approfondimento e ricostruzioni tridimensionali dei reperti non esposti; collegati al web, sono due, dislocati nella sala La Tinaia con "prodotti" dedicati alla sezione medievale e nella sala Sigerico con "prodotti" alla sezione "Antichità".

Le vetrine sono state progettate appositamente e realizzate in ferro e vetro; hanno due dimensioni: 1x1 m; 2x1 m. Due grandi vetrine realizzate allo stesso modo fungono da simulazione di camere sepolcrali, mentre dei banconi ospitano urne e altri reperti. Per le pannellature la scelta effettuata è stata quella di proporre ai visitatori dei testi molto agili, massimo 600 battute spazi inclusi, in doppia lingua (italiano/inglese), mentre appositi codici Qr-code rinviano a contenuti più approfonditi. All'ingresso il *bookshop* espone tra le diverse pubblicazioni la Guida al museo, anch'essa in doppia lingua, in attesa di editare il ben più impegnativo e corposo catalogo ufficiale previsto per metà del 2024. Si affianca una selezione di gadget ai quali diamo molta importanza poiché costituiscono un'ulteriore pubblicizzazione della nostra realtà; dietro a un semplice articolo c'è l'esperienza della visita di una persona interessata al patrimonio culturale, materiale e immateriale: ricorderà al viaggiatore di ritornare in quel luogo e diffonderà, ai suoi conoscenti, l'immagine del progetto.

L'impronta data al MaM è quella di spazio di trasmissione culturale, di dialogo interculturale, di apprendimento, di discussione e di formazione, per la coesione sociale e lo sviluppo sostenibile, oltre che piattaforma di benessere esperienziale accessibile e inclusiva divenendo realmente "a misura d'uomo".

Per questi motivi fa già parte della rete dei Musei Toscani per l'Alzheimer, nel promuovere attività dedicate alle persone affette dalla patologia e a coloro che se ne prendono cura; progetta e conduce attività con educatori museali e professionisti dotati di competenze specialistiche in ambito geriatrico per un cambiamento sociale e una risposta della comunità alla questione della demenza. Ha poi preso avvio un progetto di accessibilità del museo a tutti i tipi di disabilità, prevedendo un sistema base (WEB APP) per la fruizione delle schede audio del percorso museale, contenuti elaborati per gli utenti udiolesi, tre totem da terra predisposti per ospitare stampe 3D e pannelli in Braille e sistema audio con partenza comandata dall'utente.

Inoltre prova ad arginare il dilagante e così detto *overtou-*



11. Vetrine Sala Sigerico (foto M. Verdicchio – MaM)



12. Vetrate a simulazione di camera sepolcrale (foto M. Verdicchio – MaM)

ism, concentrandosi in quelle aree minori che sono di altrettanta rilevanza storica, artistica, culturale e naturale. Si è così scelto di perseguire una politica fatta di decentramento culturale, "spalmando" sul territorio un numero importante di persone che hanno visitato il Castello, indirizzandole su una nuova zona e su un contesto che rappresentava uno spazio parzialmente perso, poiché non di richiamo per lo stato in cui versava e frequentato soprattutto da pellegrini sulla via Francigena.

Il nuovo polo culturale del Comune pertanto consegna al più ampio pubblico la lunga storia di una comunità rendendola di interesse, oltre a fare recuperare alla popolazione la propria identità stabilmente e in modo dinamico. La vocazione, come quella del circuito di cui fa parte, è quella di ospitare conoscenza ed esperienze tendenti a rinforzare sempre di più il ruolo di volano culturale per la storia e le tradizioni, accreditandosi nel panorama nazionale degli eventi per il pubblico e per l'educazione delle generazioni. Il museo, infatti, a nostro modo di vedere, è un punto di accesso per l'assolvimento dei diritti all'informazione, al sapere e

alla conoscenza ma anche un luogo vivace di socializzazione, di relazione, di divertimento e di riflessione. Deve emozionare, fornire occasioni al pubblico per abituarci a viverlo costantemente in tutte le sue connotazioni, luogo di aggregazione socio-culturale, espressione di identità culturale collettiva. Si svolgono così con continuità eventi immersivi nella storia del contesto con veri e propri Time Travel realizzati da specialisti in abito storico, concerti, conferenze e presentazioni di libri, non ultima la

a 55 persone nella foresteria. Come, per esempio, il workshop internazionale "Going Dark", tenutosi il 2 e 3 novembre, sul valore del buio e della luce, nato dalla collaborazione del Light Collective (<https://lightcollective.net/>) e Traverso-Vighy architetti (<https://www.traverso-vighy.com/>) insieme al Comune di Monteriggioni e l'Associazione Amici del Castello di Monteriggioni, l'intervento di Tuscany Environment Foundation, Osservatorio Astronomico dell'Università di Siena, Unione



13. Esempio di gadget del museo (foto M. Verdicchio – MaM); a destra: 14. Il maestro Milo Manara, con David Riondino e l'autore, di fronte alla tavola ricostruttiva di Abbazia Isola nel XIII secolo (foto A. Ferrini – MaM)

splendida e affollatissima serata con il maestro Milo Manara per la sua versione illustrata de *Il nome della rosa* di Umberto Eco in dialogo con David Riondino e Paolo Hendel. Ci proponiamo, inoltre, con iniziative volte a implementare il suo ruolo di polo produttore di cultura che vive tutto l'anno, potendo ospitare eventi anche invernali e meta di manifestazioni, convegnistica, di scuole di dottorato e di master universitari mettendo a disposizione l'intero complesso e potendo ospitare fino

Astrofilo Senesi, ROLAN (Responsible Outdoor Lighting At Night), inoltre con dei Technical Partners come Guzzini, City Green Light, Manfrotto e Media Partner LUCE. Due giornate di ricerca sui temi dell'illuminazione del patrimonio monumentale nel rispetto dei cieli stellati, con l'obiettivo principale – dietro motivazioni etiche e ambientaliste – di aiutare a creare il giusto approccio illuminotecnico dei monumenti, di migliore gestione dell'energia ma anche di rivalutazione del buio. Dunque un





laboratorio vivente, uno scenario in cui i 50 partecipanti provenienti da tutto il mondo hanno potuto lavorare insieme sul posto, creare dei concetti da condividere, dimostrare un approccio responsabile all'illuminazione.

In conclusione, l'inizio del progetto sta riportando i locali a "popolare" il monumento abituandoli a vederlo come il luogo della cultura e della socializzazione; mentre i turisti lo premiano per la sua rinnovata bellezza corroborata da nuovi contenuti.

Dopo 106 giorni di apertura effettiva, dal 23 luglio 2023, si sono raggiunti i 7.768 visitatori, con una media giornaliera di oltre 73,28 persone. Una cifra che nasce da due fattori essenziali: la narrazione che si fa del museo e l'aver abbinato il biglietto a quello con la visita al castello. È poi entusiasmante che oltre un migliaio di persone abbiano scelto di venire direttamente ad Abbazia Isola acquistando qui il loro ticket.

Il confronto con i dati proposti nel "Rapporto Musei 2022" della Regione Toscana (<https://www.regione.toscana.it/-/musei-della-toscana-rapporto-2022>) riguardante i flussi di presenze del 2021, molto positivo al riguardo, porrebbe già il MaM in una posizione di rilievo. Anche se il rapporto del 2023 – con il resoconto del 2022 – deve ancora uscire, proprio il paragone con i dati ufficiali disponibili per i piccoli e medi musei, ci colpisce. In poco più di tre mesi dall'apertura abbiamo numeri significativi; si evince osservando quelli censiti annualmente per 50 realtà medio-piccole della provincia di Siena, escludendo i "colossi" – tipo Opera Metropolitana di Siena o il complesso della Collegiata e dei Musei Civici di San Gimignano ecc. – con i quali il confronto non si pone. Tutto ciò rappresenta solo una partenza; deve soprattutto spingerci nel migliorare quella buona strada che è stata già intrapresa, a partire dalle sfide che ci aspetteranno a breve, tra apertura di nuove componenti e restauri: dunque una nuova rimodulazione e una realtà performante.



15. Momento del workshop Going Dark (foto G. Traverso – Traverso-Vighy architetti)



Bibliografia essenziale

AA.VV., *Guida al museo*, Siena 2023

Z. BAUMAN, *Capitalismo parassitario*, Bari 2009

R. JENSEN, *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*, McGraw Hill LLC 2001

R. JENSEN, M. AALTONEN, *The Renaissance Society. How the Shift from Dream Society to the Age of Individual Control Will Change the Way You Do Business*, McGraw Hill LLC 2013



Edito da

diá

FONDAZIONE
DIA' CULTURA

www.diacultura.org

Con il sostegno di



www.siaed.it