

# Rappresentazioni di città. Il museo diffuso *The Esquilino Tales*

Elena Ippoliti, Andrea Casale

## Abstract

*Di recente nell'ambito della valorizzazione e dell'educazione al patrimonio culturale diverse sperimentazioni sono state indirizzate verso la definizione di nuovi paradigmi esperienziali, rimettendo al centro le azioni e le interazioni dei e tra i soggetti coinvolti. Si è così rinnovato l'interesse per quelle esperienze capaci di integrare educazione e divertimento, perché l'ambiente emozionale del gioco e il metodo "imparare facendo" facilita i processi di apprendimento. In questo contesto è presentata l'esperienza The Esquilino Tales, condotta nel Master in Comunicazione dei Beni Culturali della Sapienza Università di Roma, che si è proposta di valorizzare la complessità molteplice, eppure identitaria, dell'Esquilino, XV Rione di Roma.*

*Trattandosi di un Bene in cui sia l'insieme e sia le singole sue parti sono innanzitutto riconoscibili in quanto "figure", si è partiti dal convincimento che una proposta efficace non potesse che muovere dalla specificità segnica dei luoghi. La sperimentazione ha perciò approfondito le pratiche della Rappresentazione, innovandole attraverso le tecniche dello storytelling, della gamification e dello storydoing, con l'obiettivo di mettere a punto, all'interno di un'ampia gamma di linguaggi grafico-visuali, una strategia di comunicazione. Strategia che si è proposta di attivare tra i visitatori/cittadini e Esquilino/città modalità attive di esplorazione quali prime azioni di valorizzazione e di rigenerazione urbana da cui partire per il riscatto delle nostre città.*

*Parole chiave: linguaggi grafici, comunicare, valorizzare, gamification, storytelling.*

## Patrimonio culturale italiano e museo diffuso

Ciò che rende realmente unico il patrimonio culturale italiano è quel «continuum fra i monumenti, le città, i cittadini» perché, secondo l'interpretazione di Salvatore Settis, è proprio in quello straordinario continuum fra i monumenti e il tessuto connettivo delle città che le ospitano il «nostro bene culturale più prezioso» [Settis 2002, p. 10].

Una consapevolezza talmente autentica nel nostro Paese che, fin dalla definizione di bene culturale, il patrimonio – materiale e immateriale – è considerato quale bene sistemico, ovvero espressione dell'insieme di connessioni qualitative e quantitative tra i singoli beni e tra questi e il contesto di riferimento. Un'idea di patrimonio sistemico da cui si è originata anche una cultura della valorizzazione «nella quale il valore di ogni singolo monumento od

oggetto d'arte risulta non dal suo isolamento, ma dal suo innestarsi in un vitale contesto» [Settis 2002, p. 15].

Una consapevolezza partecipe del profondo rinnovamento che ha riguardato la missione del museo [MiBACT 2014] e il ruolo che può svolgere nella promozione dell'educazione e del progresso scientifico, della diversità culturale e naturale, dello sviluppo sostenibile e del dialogo interculturale [UNESCO 2015]. Un rinnovamento che ha riguardato anche gli "oggetti" della collezione [Desvallées, Mairesse 2010, p. 26] e gli spazi museali, ampliandosi i primi e dilatandosi i secondi per ricomprendere le pratiche e i saperi, i luoghi culturali ad essi connessi e le comunità che si riconoscono in quel patrimonio culturale [UNESCO 2003].

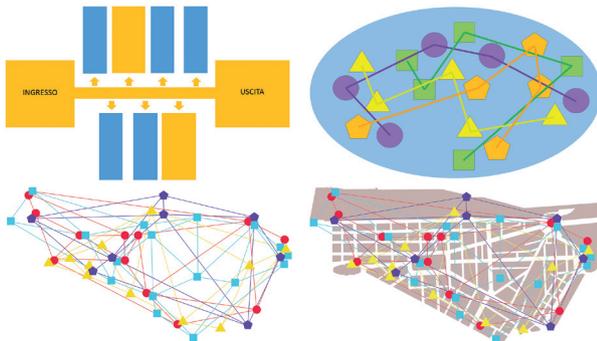
Un rinnovato museo che ha rivolto lo sguardo al di fuori di esso, rivalutando il patrimonio culturale presente nelle città e le comunità che le abitano, in particolare attraverso il museo diffuso, una particolare fattispecie che abbraccia varie delle utopie sull'idea di museo fino a quella di un'Italia quale grande museo a cielo aperto, per realizzare «il sogno della ricomposizione dei saperi: storici, artistici, architettonici, scientifici, materici» [Mottola Molfino 2007].

Una particolare fattispecie il museo diffuso che rende ancora più cogente lavorare sul sistema e sulle connessioni per progettare «percorsi di senso, ben focalizzati in ambiti territoriali specifici, in modo che [...] non sia semplicemente un passare in rassegna una serie di capolavori o di monumenti, ma si traduca in un cammino storicamente e culturalmente coerente, o in molti possibili cammini paralleli» [Bray 2013].

## La strategia

Nel quadro delle riflessioni fin qui condotte è presentato il progetto di comunicazione *The Esquilino Tales* [1] che, seppur riferito ad un particolare caso studio, si propone quale modello customizzabile e perciò replicabile su altri brani di città italiane per la ricorrenza delle medesime classi di tipi di oggetti. Più in generale l'esperienza, nell'impostazione e nelle sue linee generali, ambisce a proporsi come possibile declinazione di museo diffuso sulla città con l'obiettivo specifico di proporsi come pratica attiva alla cultura della

Fig. 1. In alto. Confronto tra le diverse fruizioni in un museo tradizionale e in un museo diffuso. In basso: I punti di interesse nel museo diffuso *The Esquilino Tales*.



città esperita assecondando le attitudini di un particolare pubblico – giovani tra i 13 e i 18 anni – naturalmente animato dalla curiosità e socialità e con una disponibilità ancora viva al gioco.

Un museo in cui le pratiche ludiche, creative e partecipative, per il coinvolgimento emotivo, l'interazione ed anche gli schemi ripetitivi che sono alla base di ogni gioco, consentiranno alle conoscenze culturali di rimanere più facilmente impresse avvicinando i ragazzi/cittadini al patrimonio delle città inestimabile anche «sul fronte dell'immagine e su quello della valorizzazione del Paese» [Settis 2002 p. 10]. Ai fini dell'efficacia dell'esperienza formativa, nell'impostare il progetto di comunicazione si è adottato come sostegno teorico cui fare riferimento il "modello di comunicazione" di Harold Dwight Lasswell che, se pure sottoposto a critiche, accomodamenti e integrazioni, è rimasto la base di confronto delle successive teorie sulla comunicazione. Nel 1948 Lasswell, politologo, sociologo, teorico di scienze politiche e pioniere della massmediologia, in una stringente

Fig. 2. *The Esquilino Tales* nella sua versione analogica. Prove di packaging (elaborazione grafica Giulia D'Alia, Giulia Flenghi, Francesca Troiani).



e lapidaria frase definiva le principali questioni che ogni atto di comunicazione implica, formulando sinteticamente i principi del suo modello «*Convenient way to describe an act of communication is to answer the following questions: Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?*» [Lasswell 1948, p. 37].

Risulta evidente che il modello si adatta soprattutto a processi comunicativi asimmetrici, una emittente attiva che produce un segnale, dei destinatari che passivamente reagiscono al segnale. Un modello particolarmente adatto a descrivere quel sistema di comunicazione che tradizionalmente si instaura tra una qualunque istituzione e il suo pubblico, anche se di recente sempre più l'istituzione ha cercato di spezzare e superare tale unidirezionalità. Ma, a ben guardare, con i possibili ammodernamenti congruenti con i bisogni della comunicazione nella contemporaneità, le domande che propone tale modello sono ancora valide. Per questa ragione ed anche per la sua indiscutibile linearità, ovvero semplicità, il modello di Lasswell è stato proposto agli studenti come canovaccio da seguire nell'analisi e nella definizione della strategia di comunicazione su cui impostare il progetto, modello che, pertanto, sarà seguito nel ripercorrere la descrizione dell'esperienza.

## Chi comunica

L'istituzione museale nel caso del museo per così dire tradizionale. In un museo diffuso, invece, istituzioni, organizzazioni, associazioni etc., ovvero i diversi soggetti che possono essere parte in causa nelle comunità di riferimento. Ognuno di questi soggetti si presenta con la propria individualità, e si differenzia per un particolare ruolo culturale e sociale ricoperto nelle comunità di riferimento.

Insieme di individualità che però per comunicare debbono comunque essere organizzate secondo un'unica "voce", cioè debbono essere coordinate da un soggetto che si assume la responsabilità della comunicazione e che dunque riveste il ruolo del "chi". Tale figura deve possedere, o costruire allo scopo, una propria caratteristica identità che andrà rivelando nell'azione comunicativa. Uno svelamento che è attributo imprescindibile ed elemento qualitativo nella comunicazione.

Nel caso studio adottato, dopo un'attenta analisi dei diversi soggetti operanti nel territorio, si è scelto di ipotizzare quale "responsabile della comunicazione" il Museo di Palazzo Merulana [2] perché impegnato da sempre nella

partecipazione culturale quale fattore di inclusione sociale e di welfare e perciò già significativamente integrato alla realtà urbana che lo ospita.

Una scelta strategica per il progetto perché garantirebbe a questo la necessaria stabilità e continuità ed anche la necessaria visibilità in modo da poter favorire un'ampia partecipazione.

Ma più in generale la scelta si propone quale metodo da adottare per valorizzare la città rafforzando le relazioni tra i diversi "luoghi culturali". Un metodo per attivare un proficuo intreccio tra città, cittadini e musei, riconoscendo a questi ultimi il ruolo centrale che possono svolgere per la comprensione del patrimonio culturale tutto, stimolando la partecipazione e la creatività dei cittadini, valorizzando la memoria del passato, alimentando la consapevolezza dei valori storici, civici e simbolici che permeano il patrimonio. Un'opportunità per i musei di ampliare il raggio di azione, oltre la buona pratica già oggi condivisa del "prima, durante e dopo", che ha esteso temporalmente la visita nel museo ben oltre il tempo di permanenza strettamente necessario – durante – per condurre il visitatore attraverso un'esperienza più complessa e articolata, predisponendolo – prima – e accompagnandolo – dopo.

Un'occasione per i musei di ampliare il raggio di azione anche nello spazio, potendo lavorare sulla relazione tra "dentro" e "fuori". Un nuovo ruolo per i luoghi della cul-

Fig. 3. La carta fulcro del progetto *The Esquilino Tales*. Il recto (elaborazione grafica Giulia D'Alia) e il verso (elaborazione grafica di Simone Amarante).



Fig. 4. Alcune carte rappresentative delle visuali Magia (la n. 4 di Giulia Flenghi; la n. 7 di Francesca Troiani) e Memoria (la n. 1 di Federica Giannoni; la n. 10 di Simone Amarante).



tura che possono trasformarsi in hubs culturali e creativi, luoghi di inclusione e pratica democratica, interagendo con la cittadinanza attraverso i territori, intrattenendo relazioni stabili con la scuola, l'università e le imprese per incarnare così «il ruolo di laboratori del sapere e acceleratori diffusi di idee, attraverso e intorno ai quali non solo si generano meccanismi di fertilizzazione culturale e creativa ma anche, come diretta conseguenza, di crescita umana e collettiva» [Asproni 2018].

### A chi comunica

Le valutazioni sulle possibili risposte a questa apparentemente semplice domanda partono dalle teorie e pratiche di *Audience Development* che, inserite dal 2014 nei programmi di finanziamento di Europe Creative, hanno tra le finalità l'individuazione di aree di possibile sviluppo per ampliare e diversificare i pubblici della cultura.

Infatti, nonostante le importanti politiche anche economiche messe in atto nell'ultimo ventennio, in Europa e ancor di più in Italia il tasso di partecipazione alle produzioni culturali è tuttora basso e i pubblici raggiunti hanno per lo più le medesime caratteristiche da oltre mezzo secolo «bianchi, colti, benestanti, di mezza età» [Gariboldi 2017]. Tra i diversi mercati potenzialmente svilupparli dalle produzioni culturali vi è quello degli under 18 (che rappresenta in Italia oltre il 17% della popolazione, con il bacino 12-18 anni pari a circa il 6%), pubblico cui il mondo della cultura è stato negli ultimi anni particolarmente attento con una variegata offerta di attività dedicate. Più in generale è aumentata la consapevolezza del ruolo che gioca la cultura nella crescita della persona nel suo insieme, il che ha introdotto anche negli studi economici un'interpretazione estensiva della nozione di "capitale umano" [Cingano, Cipollone 2009] [3].

Nonostante queste rinnovate attenzioni, nell'ambito dell'istruzione scolastica i numeri italiani non sono affatto confortanti con un tasso di dispersione che è ancora altissimo, pari ad oltre il 14% contro il 10% della media europea, crescente dal nord verso il sud e maggiore dove è più bassa l'offerta culturale.

Infine, nell'ambito più specifico delle relazioni tra giovani e città, sono da segnalare alcune interessanti esperienze di progettazione partecipata che dimostrano come il coinvolgimento dei ragazzi abbia ricadute positive ben oltre il tema specifico: l'esperienza condivisa ravviva la motivazio-

ne a progettare il proprio futuro e partecipa alla formazione a tutto tondo di cittadini consapevoli e responsabili [Corbisiero, Berritto 2017].

Tale insieme di considerazioni ha perciò motivato la scelta di indirizzare il progetto *The Esquilino Tales* non ad un pubblico indifferenziato ma ai più giovani, ed in particolare agli studenti delle scuole medie secondarie superiori, accompagnati dalle loro famiglie e nel contesto educativo-scolastico e culturale-museale. Ciò affinché possano ricostruire il loro protagonismo nel rapporto con la città, ovvero lo spazio nel quale vivono e si decidono i loro destini.

### Con quali effetti

Coerenti ed integrate al complesso di scelte precedenti sono ovviamente anche i risultati attesi.

Il voler avvicinare i più giovani cittadini al patrimonio delle loro città è il mezzo che ha come fine più generale quello di sensibilizzarli ad un rapporto attivo con la società che è «tutt'uno con la nostra lingua, la nostra musica e letteratura, la nostra cultura» e che per la capillarità e diffusione sul territorio del «modello Italia» incontriamo quotidianamente «anche senza volerlo e anche senza pensarci, nelle strade delle nostre città, nei palazzi in cui hanno sede abitazioni, scuole e uffici, nelle chiese aperte al culto» [Settis 2002, p. 10].

Un patrimonio inestimabile per quantità ma soprattutto per la vitalità dei valori che custodisce e che può essere una delle possibili chiavi di opportunità di crescita e protagonismo per i più giovani e perciò un volano per provare a colmare il divario educativo e la povertà cognitiva favorendo un accesso maggiormente inclusivo alla cultura e più ad ampio spettro una risorsa per lo sviluppo dei territori e della società.

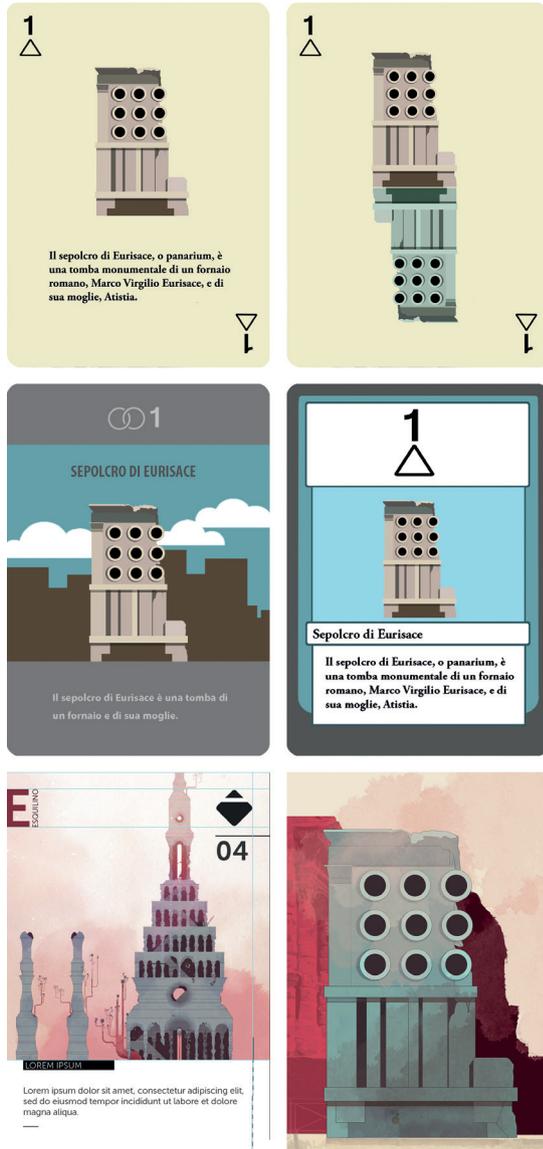
### Per dire cosa. L'Esquilino

Tra le motivazioni della sperimentazione del museo diffuso sul Rione Esquilino vi è stata quella della ricorrenza dei 150 anni di Roma Capitale. È infatti nel rione Esquilino che nel 1870 fu avviata l'edificazione di un intero quartiere in modo da adeguare la città, che allora aveva poco più di 200.000 abitanti, al ruolo di Capitale. Un progetto di rinnovamento urbano imponente, con la costruzione di edifici rappresentativi, di palazzi e residenze per i funzionari e i

Fig. 5. Alcune carte rappresentative delle visuali Passaggio (la n. 1 di Federica Giannoni; la n. 6 di Angela Moschetti) e Contaminazione (la n. 1 di Simone Amarante; la n. 2 di Margherita Stisi).



Fig. 6. Riferimenti e relative prove sulla tomba di Eurisace: le carte napoletane e francesi (in alto), le carte collezionabili Magic: The Gathering (al centro), la piattaforma gaming Gris.



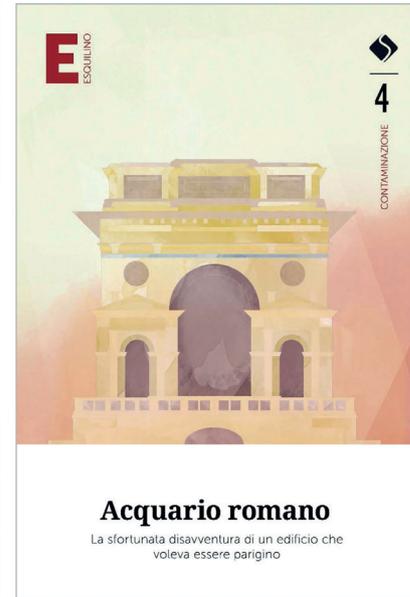
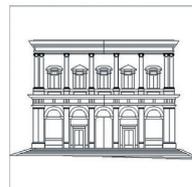
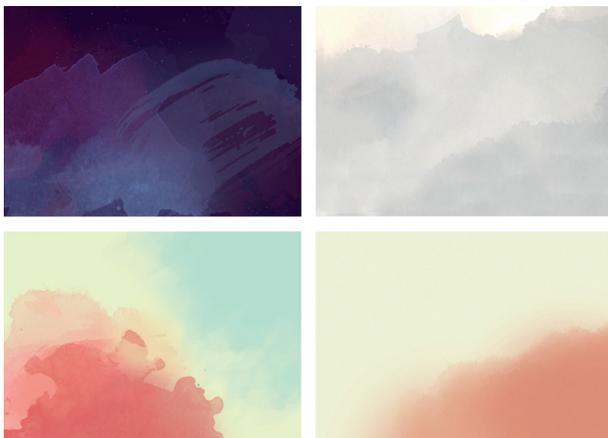
ceti impiegatizi della nuova amministrazione, ampi viali e piazze, con il fulcro su piazza Vittorio Emanuele II dove una cintura di imponenti portici perimetra per oltre un chilometro l'ampio giardino botanico realizzato intorno ai ruderi della fontana monumentale del Ninfeo di Alessandro. Questo il punto di partenza per esplorare un intero quartiere che, seppur al centro di Roma, è per lo più sconosciuto non solo ai turisti ma anche ai cittadini romani. Una sorta di enclave che custodisce importanti presenze della storia, di quella millenaria della città eterna e di quella più recente d'Italia. Della Roma Repubblicana, quando l'Esquilino, il colle più alto di Roma, era un sobborgo solo in parte all'interno delle Mura Serviane mentre al di fuori era la popolosa e pericolosa Suburra. Della Roma Augustea quando venne annesso alla città e sorsero strutture pubbliche e ville di ricchi patrizi. Della Roma Cristiana con le basiliche di San Pietro in Vincoli, Santa Pudenziana, Santa Maria Maggiore, Santa Prassede, San Martino ai Monti. Della Roma Sistina quando Santa Maria Maggiore divenne il fulcro del nuovo disegno della città impostato su una rete di chiese, assi viari e obelischi. Della Capitale d'Italia, dopo il 1870: la Roma Umbertina, la Roma del Ventennio, la Roma dal secondo dopoguerra e la Roma della contemporaneità. Una realtà urbana complessa dove importanti testimonianze romane di grande interesse archeologico ed estetico convivono con le nuove architetture dell'unità d'Italia; dove le piazze, espressione del rigore geometrico sabauda, sono il luogo di ritrovo e aggregazione per etnie le più diverse; dove i nodi ferroviari strategici per l'intera città, e non solo, ancora si intrecciano con le antiche porte che separavano la Roma imperiale dal mondo esterno; dove le costruzioni sono testimonianze indelebili della ferocia fascista, ma anche della lotta partigiana della liberazione di Roma; dove nelle strade ancora riecheggiano romanzi e film dell'Italia post bellica e contemporanea. Una realtà urbana stratificata, che nel corso della sua storia ha saputo riconfigurarsi per adattarsi ai processi di crescita e trasformazione fisica e a quelli conseguenti di migrazione e globalizzazione, connotata dalla varietà sia dello spazio costruito e sia delle popolazioni che lo abitano: una molteplicità di città, più che una sola città. Dunque uno speciale patrimonio quello della città Esquilino, che ben si adatta al museo diffuso e che, diversamente da un museo per così dire tradizionale dove i beni si acquisiscono, raccolgono, ordinano, conservano ed espongono al pubblico, ogni giorno si confronta con una realtà viva, le cui singole componenti continuamente interagiscono con

i luoghi e con gli artefatti per modificarsi reciprocamente. Uno speciale patrimonio che per essere promosso ha la necessità di lavori sulle possibili connessioni, con un meccanismo in fondo molto simile a quello delle guide che, dalla prima metà dell'800, emanciparono il grande pubblico consentendogli di affrontare individualmente e in modo autodiretto il proprio viaggio. Particolari dispositivi dove, scomparso l'autore, avanzano in primo piano i luoghi che sono offerti al lettore/viaggiatore per mezzo degli itinerari possibili [Ragonese 2010] e dove la trama tessuta tra luoghi e viaggiatore va a costruire un'attitudine all'esperienza del viaggio, reale o virtuale [Mangani 2007]. Un meccanismo che le guide non inventano, ma che derivano dalle diverse messe in forma dello spazio abitato - atlanti, mappe, carte, itinerari ecc. e che poi, più di recente, è rinnovato dal cinema [4].

In ogni caso il fulcro di ogni fattispecie di museo, e perciò anche di un museo diffuso, è pur sempre la sua collezione, cioè una raccolta "ordinata" di "oggetti" della stessa specie tale da formare un insieme relativamente coerente e significativa [Desvallées, Mairesse 2010, p. 26] (fig. 1).

Fig. 7. Le tonalità cromatiche degli sfondi nelle quattro visuali narrative: viola/blu per *Magia*, grigio per *Memoria*, verde/petrolio per *Passaggio*, arancio/ocra per *Contaminazione* (elaborazione di Simone Amarante).

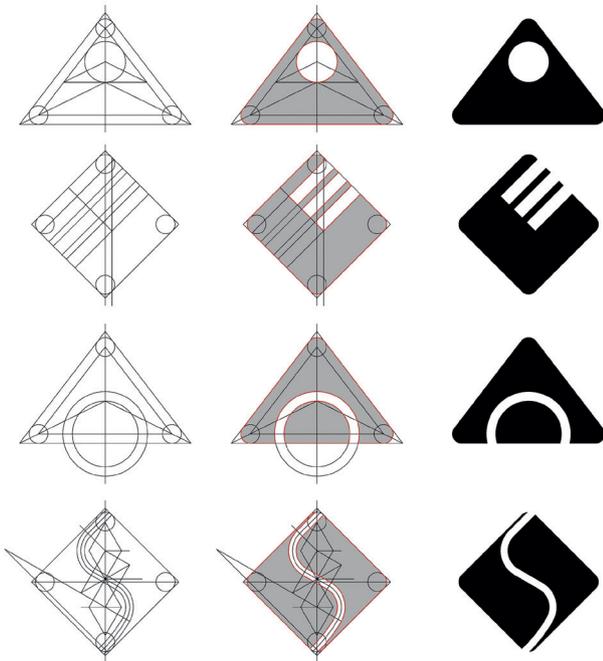
Fig. 8. Il processo: la costruzione della "figura", dalla documentazione fotografica attraverso il ricalco e alcuni particolari pennelli, poi inserita nello sfondo corrispondente alla visuale (elaborazione grafica James Douch).



Corrispondentemente all'ampliarsi del patrimonio – da materiale a immateriale – si sono ampliati dapprima i generi degli oggetti delle collezioni museali - non più solo oggetti fisici ma anche pratiche, espressioni, saperi e spazi culturali associati che le comunità riconoscono come parte integrante del loro Patrimonio Culturale [UNESCO 2003] – e poi si è trasformato lo spazio museale che da spazio chiuso, contenitore di oggetti, ha finito per comprendere lo spazio aperto.

Nonostante tali trasformazioni, un museo è pur sempre caratterizzato da una collezione di “oggetti” - materiali e non – che sono essenzialmente oggetti “sensibili” – ovvero interpretabili e comprensibili a partire dai sensi – ed “ordinati” o comunque tra loro connessi a formare un sistema con la finalità prevalente di essere «esposti allo sguardo del pubblico» [Pomian 1987, p. 18].

Fig. 9. I “semi”: la costruzione degli ideogrammi rappresentativi delle quattro famiglie, ovvero delle quattro visuali narrative.



In questo contesto, nel caso dell'Esquilino, ma più in generale nel caso di uno spazio urbano, trattandosi di un Bene che rientra in una definizione estesa di “architettura”, dove sia l'insieme e sia le singole sue parti sono cioè innanzitutto riconoscibili in quanto “figure”, si è partiti dal convincimento che una proposta di fruizione efficace non potesse che muovere dalla specificità segnica dei luoghi, ovvero dalle sue possibili rappresentazioni. Da qui è originato il concept del progetto di comunicazione che prevede che ogni realtà urbana sia descritta a partire da un insieme di 40 carte (fig. 2), che diviene perciò il simulacro della collezione museale, articolato in quattro famiglie (dieci carte numerate da 1 a 10) cui è demandata una particolare tematica narrativa (itinerario).

### Con quali canali. La struttura di *Esquilino Tales*

Il museo è per definizione un «sistema di comunicazione» [Lugli 1993, p. 80] fondato sull'uso di un linguaggio “sensibile” analogo agli oggetti della sua collezione che sono oggetti “sensibili” ovvero interpretabili e comprensibili a partire dai sensi. La capacità di comunicazione di un museo dipende perciò per lo più «dal linguaggio non verbale degli oggetti e dai fenomeni osservabili» [Cameron 1968, p. 34], ovvero dal linguaggio visuale.

Ma a affinché una comunicazione sia efficace questa deve presupporre che il pubblico condivida l'insieme di codici cui la comunicazione fa affidamento. Comunicare significa perciò “mettere in comune”, unico modo per rendere partecipe qualcun altro di un contenuto. Ogni comunicazione, o più in generale un qualunque tipo di “testo”, implica anche delle regole da condividere e finanche degli spazi vuoti che sono lasciati dall'autore all'iniziativa interpretativa, e perciò cooperativa, del lettore [Eco 1991].

Così nel progetto di comunicazione sull'Esquilino gli studenti/autori/curatori hanno costruito delle comunicazioni quali combinazioni di costrutti iconici, cui sono stati accostati attributi testuali e acustici. Tali comunicazioni sono state progettate a partire dall'immaginario figurativo del pubblico prescelto (giovani dai 13 ai 18 anni) in modo che potesse essere in possesso dei codici necessari alla decodificazione/compressione.

Inoltre il progetto di comunicazione è costruito sfruttando anche quel «meccanismo pigro» che Umberto Eco rintraccia in ogni testo «che vive sul plusvalore di senso introdotto dal destinatario» [Eco 1991, p. 52]. Così sia la com-

plexità ed eterogeneità del rione Esquilino, impossibile da descrivere secondo un solo punto di vista, e sia la volontà di una comunicazione coinvolgente che inducesse il pubblico/visitatore ad una partecipazione attiva, ha convinto ad individuare nella tecnica della *gamification* la struttura su cui ancorare il progetto di comunicazione.

Come infatti dimostrano le teorie sull'apprendimento il ciclo di "azione/risposta" che è alla base di ogni gioco attiva il coinvolgimento motivazionale trasformando il "semplice" vedere o l'ascoltare in "fare" esperienza, ed anche lo *storytelling* in *storydoing* [Viola, Idone Cassone 2017], senza più distinzione tra narratore e ascoltatore, spettatore e attore.

Un interesse per il gioco non in quanto sistema astratto di regole ma in quanto comportamento concreto che si realizza nell'atto stesso di giocare, che è il *play* ovvero *performance*, e a cui, comunemente, è connesso il concetto di piacere [Eco 1973]. Un interesse all'attività ludica in quanto stato soggettivo, come di recente è stato dimostrato dagli studi delle scienze cognitive: una particolare disposizione dei soggetti coinvolti nell'interazione che interpretano la situazione come gioco, il che consente di comprendere le «circostanze in cui le persone sostengono di "giocare" o di "far per gioco", benché impegnate in attività che, oggettivamente, non sono affatto giochi» [Paglieri 2002, p. 376].

Anche nell'ambito della comunicazione dei beni culturali diverse esperienze condotte negli ultimi tempi hanno dimostrato come il gioco sia un modo davvero efficace per avvicinare il fruitore al patrimonio [Albisinni, Ippoliti 2016; Lampis 2018; Luigini, Panciroli 2018; Pescarin 2020].

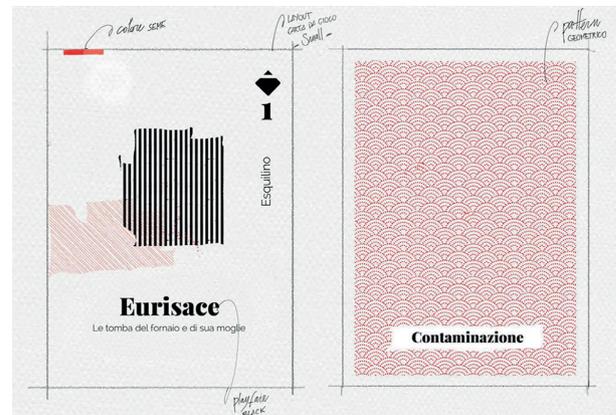
L'ambiente emozionale del gioco, riuscendo ad attivare un rapporto d'interrelazione facilita infatti i processi di apprendimento, e questo perché «*Play is a very serious matter [...] It is an expression of our creativity; and creativity is at the very root of our ability to learn, to cope, and to become whatever we may be*» [Rogers, Sharapan 1994, p. 13]. E, come ben sanno i pedagoghi, nulla è più serio del gioco che è indispensabile all'individuo e anche alla collettività «by reason of the meaning it contains, its significance, its expressive value, its spiritual and associations, in short, as a culture function» [Huizinga 1949, p. 9].

Nell'esperienza sull'Esquilino scartata per diversi motivi l'ipotesi del video-gioco [5], dopo un'analisi dei giochi da tavolo più comuni [6], la scelta è ricaduta sulle carte da gioco collezionabili [7] anche perché, come dimostrato di recente, combinando la metodica di gioco con la passione per il collezionismo questa particolare connessione gli attribuisce una capacità di diffondersi viralmente, cioè di autopromuoversi.

Il sistema di rappresentazioni proposte per l'Esquilino parte perciò dal mazzo di 40 carte, suddivise in quattro famiglie (dieci carte numerate da 1 a 10), inteso quale insieme di "comunicazioni aperte" dove il contributo richiesto al pubblico, pur trattandosi di un "semplice" gioco, è perciò particolarmente impegnativo.

Come detto la sperimentazione è stata condotta integralmente solo sul Rione Esquilino, ma il concept del progetto è tale da essere replicato, adeguatamente customizzato, su

Fig. 10. Le prove per la definizione del layout, in particolare del recto della carta (sperimentazioni di James Douch e Simone Amarante).



porzioni urbane diverse dotate di caratteristiche riconoscibili, condizione che favorirebbe anch'essa la diffusione del gioco attraverso la proliferazione dei mazzi di carte.

Questa semplice struttura e le relative connessioni – carta/famiglia/mazzo/mazzi – trasforma infatti le carte in oggetti da collezione il che, grazie alla facilità di diffusione di queste, e alla competizione tra i giocatori che è alla base di ogni gioco, è un'ulteriore spinta all'interazione per la necessità degli scambi.

Per favorire l'esperienza di visita al patrimonio culturale custodito nelle città, le regole del gioco prevedono che il giocatore possa aumentare la potenza delle proprie carte quando interloquisce con un contenuto culturale, prevedendo incrementi di potenza via via crescenti a seconda dei differenti modi di accesso e di azioni: a distanza (attraverso QR code o app o sito web), in presenza attraverso una visita, completando di un itinerario tra quelli proposti ecc.

Fissato l'obiettivo da raggiungere, i giocatori potranno così mettere in atto strategie diverse per guadagnare, singolarmente o in squadra, potenza attraverso la relazione con il bene culturale, mentre le regole del gioco prevedono che i giocatori personalizzino ogni singola partita stabilendo alcune variazioni del mazzo da completare, potendo modificare la composizione di default con la sostituzione di alcune singole carte, fermo restando famiglia e numero. Un semplice gioco attraverso cui il museo diffuso *The Esquilino Tales* risponde alla principale alla missione di ogni museo, che è quella di favorire l'apprendimento svolgendo la propria funzione educativa.

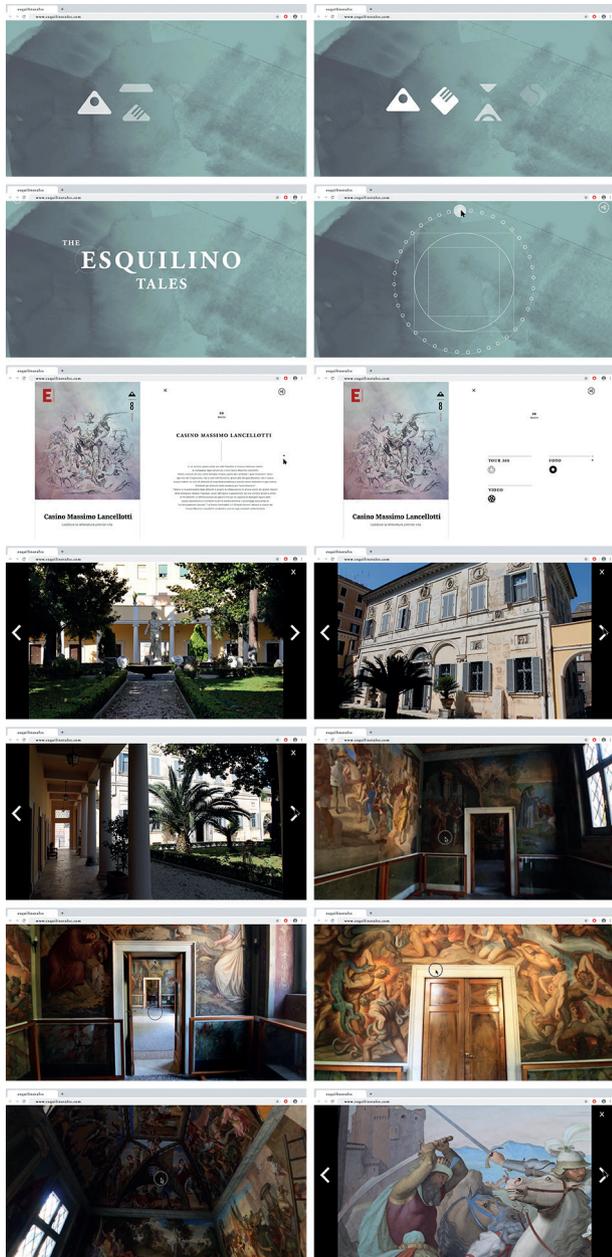
### Con quali canali.

#### Il sistema di rappresentazioni di *Esquilino Tales*

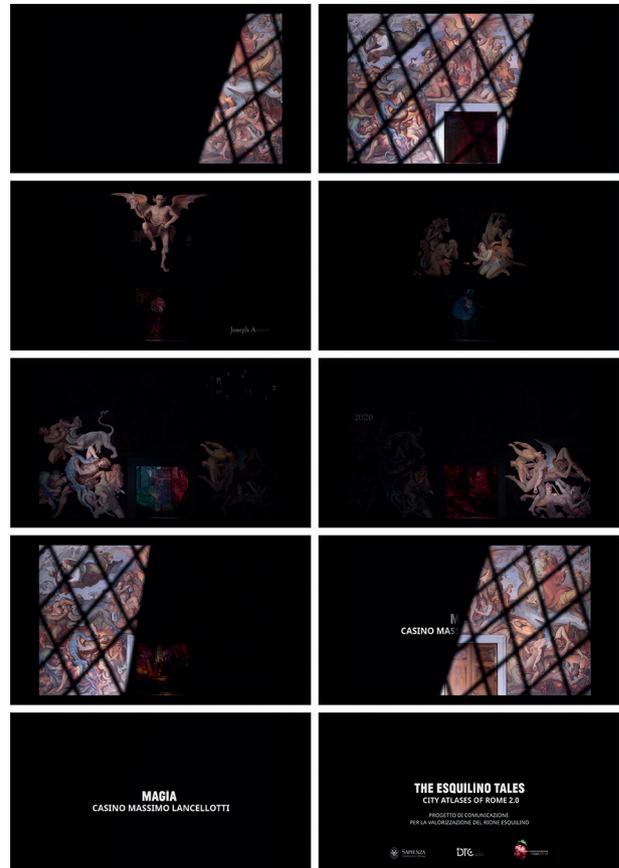
Seppur il fulcro del progetto è nella singola carta (analogica e nelle sue variazioni digitali, con il ruolo d'interfaccia per l'accesso ai contenuti culturali, fig. 3), il gioco è strutturato in modo che preferibilmente si scopra l'Esquilino seguendo le carte di una medesima famiglia, cioè una particolare visuale di lettura tra le quattro proposte da ogni mazzo. Visuale che realizza la connessione tra i singoli punti d'interesse (luoghi e storie che questi condensano) descritti da ogni carta per ricomporre uno specifico itinerario di visita. Perciò, dopo un'attenta analisi del patrimonio materiale e immateriale dell'Esquilino, le quattro visuali secondo cui si sono raggruppati i punti di interesse sono state: la Magia,

la Memoria, il Passaggio e la Contaminazione (figg. 4, 5). Visuali che, come è facile capire, rappresentano categorie e qualità con un tale livello di generalizzazione da poter essere utilizzate proficuamente nella descrizione di altre realtà urbane, in quanto più che essere relazionate a quel particolare oggetto fanno riferimento ad una particolare esperienza che può essere vissuta attraversando i luoghi urbani: per una veduta inaspettata, per la dimensione onirica di una storia, per la fascinazione di uno spettacolo o di un concerto, per il godimento estetico di un'opera d'arte, per il ricordo di una storia passata, per la rievocazione di una storia recente, per la transizione tra un'epoca ed un'altra fisicamente esperita attraversando una città, per la connessione tra luoghi apparentemente diversi, per l'evidenza della multiculturalità nella contemporaneità, per la stratificazione che condensa uno spazio urbano, per la coesistenza sempre stata di sacro e profano ecc. Definita la struttura del gioco nonché le principali regole, si è passati alla progettazione degli elementi grafici – figure, colori, sfondi, simboli, caratteri, *layout* – in modo che concorressero concordemente ad orientare i giocatori che si avviano ad intraprendere il viaggio attraverso *The Esquilino Tales*. Perciò ogni luogo, e la storia ad esso associata, è rappresentato da una figura, mentre la visuale narrativa (Magia, Memoria, Passaggio, Contaminazione) è affidata sia alla palette di colori e sia ad un simbolo (seme).

Per le figure l'obiettivo è stato quello di definire uno stile riconoscibile per cui, dopo diverse sperimentazioni [8] (fig. 6), si è deciso che queste, prive di contorni, dovessero emergere dall'accostamento di forme geometriche, perlopiù regolari, utilizzando solo toni di colori piatti, scelti all'interno di una medesima tonalità cromatica, e simulando in ambiente digitale l'uso dell'acquerello con pennelli di diverse dimensioni. Il passo successivo è stato quello di associare una prevalente tonalità cromatica ad ognuna delle visuali narrative (viola/blu per Magia, grigio per Memoria, verde/petrolio per Passaggio, arancio/ocra per Contaminazione) per poi passare all'elaborazione dei quattro corrispondenti sfondi (fig. 7), questi caratterizzati da forme morbide e sinuose e che, a meno di puntuali modifiche, sono stati adottati per le carte appartenenti alla medesima famiglia (fig. 8). Si è poi passati alla progettazione della grafica dei diversi semi (fig. 9), decidendo per una stilizzazione ideogrammatica che fosse espressiva delle quattro visuali, caratterizzate però da uniformità iconografica per forme (triangolo, quadrato, cerchio e angoli stondati) e colore (nero). A seguire, sempre nell'ottica di non disorientare il



Figg. 11, 12. L'esperienza The Esquilino Tales offerta dal sito. Dopo un'animazione simile a quella di una slot machine, si accede al footer, in cui sono riassunti i dati e le informazioni, oppure iniziare l'esperienza. L'esplorazione del Casino Massimo Lancellotti: in fig. 11 il virtual tour e lo slide show fotografico (di Simone Amarante, James Douch e Federica Giannoni), in fig. 12 frame del video (di Simone Amarante).



giocatore, è stato definito il layout per la disposizione degli elementi grafici nello spazio compositivo delle carte di dimensioni 8 x 12 cm (fig. 10). Sul recto di queste, in alto a sinistra sono disposte la "E" e il testo "Esquilino" bilanciate, sulla destra, dal seme, seguito dal numero e dal nome testuale della visuale. In verticale lo spazio della carta è suddiviso in due parti: in alto è la figura posta sullo sfondo, mentre in basso è lasciata una fascia bianca in cui è disposto in asse il nome del luogo (carattere con grazie, grassetto e un corpo di dimensioni tali da essere facilmente leggibile) e un sottotitolo che anticipa la storia (carattere bastoni e un corpo notevolmente più piccolo).

Per la composizione del verso delle carte le scelte grafiche sono state omogenee a quelle appena descritte: i quattro semi disposti agli angoli della carta, ma in grigio, su uno sfondo dall'aspetto simile a quello utilizzato sul recto ma con una tonalità di colore che non interferisse con questi e, infine, una combinazione di cerchi e quadrati per circoscrivere lo spazio in cui posizionare il QR code (fig. 3) per l'accesso ai contenuti multimediali, che sono resi disponibili in forma di testo o immagine – iconografie, fotografie, panorami navigabili, brevi video (figg. 11, 12). Ai diversi tipi di contenuti è assegnato un differente ruolo

Fig. 13. L'esperienza *The Esquilino Tales* quale prima azione di valorizzazione e di rigenerazione urbana della città di Roma.



nella narrazione: il video introduce alla storia e stabilisce una relazione empatica con il giocatore in modo da catturarla al gioco, i panorami sferici offrono una visita parzialmente immersiva e interattiva attraverso gli hot spot, le immagini iconografiche e fotografiche presentano una rassegna delle principali caratteristiche dei luoghi mentre i testi ne sottolineano i caratteri e ne raccontano fatti e avvenimenti. La struttura per link attraverso il QR code consente di mantenere vivo l'interesse per il gioco attraverso un costante e continuo aggiornamento dei contenuti, messo a punto da curatori esperti e una redazione. La rappresentazione di sintesi di *The Esquilino Tales* è nell'*home page* del sito, interfaccia dei curatori e della redazione, dove in una grafica animata, simile a quella di una slot machine e costruita in analogia al retro delle carte, compaiono i 4 semi delle famiglie/visuali per poi terminare con il dominio *The Esquilino Tales* che campeggia nella sezione centrale. Al termine dell'animazione al visitatore/giocatore sono presentate 40 piccole circonferenze che ruotano assecondando il profilo di una circonferenza più grande. Cliccando su ognuna delle piccole circonferenze si accederà in modo randomico alla singola carta da cui, dopo la presentazione testuale dell'esperienza, si potrà passare ai diversi contenuti (tour 360°, *slide show* fotografico, video) selezionando l'icona corrispondente (figg. 11, 12).

## Conclusioni

La sperimentazione presentata ha approfondito le pratiche della Rappresentazione, innovandole attraverso le tecniche dello *storytelling*, della *gamification* e dello *storydoing*, con l'obiettivo di mettere a punto, all'interno di un'ampia gamma di linguaggi grafico-visuali, una strategia di comunicazione. Strategia che si è proposta di attivare tra i visitatori/cittadini e Esquilino/città modalità attive di esplorazione quali prime azioni di valorizzazione e di rigenerazione urbana da cui partire per il riscatto delle nostre città [9] (fig. 13). Con *The Esquilino Tales* la sfida è stata quella di tenere insieme luoghi fisici e luoghi virtuali, attraverso le interfacce/rappresentazioni immaginate come i nuovi agorà dove attivare le connessioni tra visitatori, esperti e bene culturale. Un sistema di rappresentazioni da cui partire per esplorare l'Esquilino mescolando passato e presente, memorie monumentali e storia recente, romanità e multiculturalità, locale e globale, inclusione ed esclusione, stile architettonico e indeterminata spaziale.

Un'esperienza che, a nostro parere, rientra a pieno titolo nell'ambito più generale delle "rappresentazioni di città", particolare famiglia di rappresentazioni che presenta un'ampissima gamma di tipi e variazioni ricorrendo a tutta l'estensione delle convenzioni rappresentative – dalla figura al segno, dal concetto alla verosimiglianza – ma che sono tutte accomunate dall'essere dispositivi emozionali. Una capacità emotiva per suggerire storie e interpretazioni che è tutt'oggi presente nelle rappresentazioni di città, seppur con forme mutate e innovate dai nuovi media. Rappresentazioni con registri figurali diversi (immagini statiche, grafiche, fotografiche e in movimento) organizza-

zate come un Atlante, dove l'Atlante è uno strumento attraverso cui decostruire la realtà, riconfigurarla e comunicarla come giustapposizione di frammenti di memorie. *The Esquilino Tales* è perciò una "macchina per pensare" per quel meccanismo immaginativo che si attiva riconoscendo nelle rappresentazioni che via via si succedono un'indefinibile prossimità e affinità, cioè quella certa «aria di famiglia» [Settis 2017, p. 97]. Una "macchina per pensare" che, in anni difficili in cui sembra impossibile conciliare singolare e molteplice, identità e collettività, offre l'insieme dei possibili sguardi sull'Esquilino proponendosi di ricostruire la topografia di una città immaginabile, ma tangibile, che tiene insieme memoria e futuro.

#### Note

[1] L'esperienza è stata condotta all'interno del Master in Comunicazione dei Beni Culturali della Sapienza Università di Roma, attivato dal Dipartimento di Storia, Disegno e Restauro dell'Architettura e dalla Facoltà di Architettura. Hanno collaborato all'esperienza i proff. Leonardo Paris, Cristian Farinella, Lorena Greco e Stefano Volante.

[2] Lo spazio multifunzionale di Palazzo Merulana, sede della Fondazione Elena e Claudio Cerasi di cui ospita la collezione costituita da opere della scuola romana e del Novecento italiano, ha aperto nel 2018 rinnovando il palazzo dell'ex Ufficio di Igiene all'Esquilino.

[3] Particolarmente interessante è lo studio di Federico Cingano e Piero Cipollone, ospitato nella rivista *Questioni di economia e finanza* edita dalla Banca d'Italia, che misura le stime delle ricadute economiche degli investimenti in istruzione. Queste infatti risultano superiori a quelle ottenibili da investimenti finanziari o in infrastrutture e, più in generale, suggeriscono che nel complesso i rendimenti dal punto di vista della collettività sarebbero di entità ancor maggiore.

[4] La riflessione è ampiamente esposta da Bruno [Bruno 2006]. Secondo l'autrice l'attitudine emotiva al viaggio virtuale è coltivato e sviluppato nel tempo dalle diverse messe in forma dello spazio abitato, una capacità emotiva presente nella cartografia anche in età moderna, seppur mutata in altre forme come ad esempio nel cinema. Il cinema è dunque per la Bruno la nuova geografia, cioè il medium privilegiato per suscitare emozioni dall'osservazione del paesaggio, della città e della sua architettura che vengono riproposte attraverso quel vagabondare incorporato nel cinema stesso.

[5] Tra i diversi motivi quello dell'impegno economico indispensabile alla

realizzazione di un video-gioco con ambientazioni che producano un coinvolgimento emozionale che possa competere con quanto abitualmente sul mercato, come ad esempio dimostrano le edizioni di Rome Video Game Lab che si svolgono annualmente dal 2018. Ma più in generale siamo convinti con quanto affermato da Alessandro Baricco «il Game è un habitat molto difficile, che offre intensità in cambio di insicurezza, genera disuguaglianze e non è adatto a un sacco di gente» [Baricco 2018, p. 196].

[6] Tra i diversi tipi di giochi da tavolo analizzati si rammentano solo i principali e i più noti, tra cui quelli di percorso – gioco dell'oca, Taboo ecc. – di fortuna e statistica – Risiko, Monopoli ecc. – astratti – scacchi, dama, backgammon, etc.

[7] Una delle motivazioni per la scelta delle carte collezionabili è anche quella delle fortissime relazioni iconografiche che legano tali carte e la storia dell'arte, come è dimostrato da Lampis [Lampis 2018, pp. 270, 271].

[8] Diversi sono stati i riferimenti, dalle carte napoletane e francesi a quelle collezionabili *Magic: The Gathering*, oppure la piattaforma gaming *Gris* (sviluppato da Nomada Studio con la regia di Conrad Roset) e il gioco in 2D a scorrimento laterale *Father and son* (ideato dal prof. Ludovico Solima dell'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli per il Museo Archeologico di Napoli MANN, con la supervisione scientifica del direttore Paolo Giulierini, e sviluppato dall'Associazione Tuo Museo dal game designer Fabio Viola).

[9] L'esperienza è stata presentata ad uno degli incontri laboratoriali organizzati all'interno del progetto-mostra *Riscatti di Città. La rigenerazione urbana a Roma*, Palazzo Merulana, svoltosi tra il 18 gennaio e il 17 febbraio 2020.

#### Autori

Elena Ippoliti, Dipartimento di Storia, Disegno e Restauro dell'Architettura, Sapienza Università di Roma, elena.ippoliti@uniroma1.it  
 Andrea Casale, Dipartimento di Storia, Disegno e Restauro dell'Architettura, Sapienza Università di Roma, andrea.casale@uniroma1.it

## Riferimenti bibliografici

- Albisinni, P., Ippoliti, E. (a cura di). (2016). *Virtual Museums of Architecture and City. DisegnareCon*, 9(17).
- Asproni, P. (2018). *Musei: trasformazioni e prospettive*. In *Il Giornale delle Fondazioni. Museo Quo Vadis?*. <<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/musei-trasformazioni-e-prospettive>> (consultato il 10 marzo 2021).
- Baricco, A. (2018). *The Game*. Torino: Einaudi.
- Bray, M. (2013). *Il turismo e l'incontro tra beni culturali e territorio*. <<http://www.massimobray.it/il-turismo-e-lincontro-tra-beni-culturali-e-territorio/>> (consultato il 10 marzo 2021).
- Bruno, G. (2006). *Atlante delle emozioni: in viaggio tra arte architettura e cinema*. Milano: Bruno Mondadori.
- Cameron, D. F. (1968). A viewpoint: The Museum as a communication system and implications for museum education. In *Curator. The Museum Journal*, 11(1), pp. 33-40.
- Cingano, F., Cipollone, P. (2009). *I rendimenti dell'istruzione (The private and social return to schooling in Italy)*. (Occasional Papers), 53, pp. 1-27. <<https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/qef/2009-0053/index.html>> (consultato il 10 marzo 2021).
- Corbisiero, F., Berritto A. (2017). I bambini inventano la città: partecipare per progettare. In *La città creativa. Spazi pubblici e luoghi della quotidianità*. CNAPPC Consiglio Nazionale Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori, pp. 263-270. <[http://www.cittacreative.eu/wp-content/uploads/2017/04/La\\_citt%C3%A0\\_creativa\\_2017.pdf](http://www.cittacreative.eu/wp-content/uploads/2017/04/La_citt%C3%A0_creativa_2017.pdf)> (consultato il 10 marzo 2021).
- Desvallées, A., Mairesse, F. (a cura di). (2016). *Concetti chiave di museologia*. Parigi: A. Colin. International Council of Museums.
- Eco, U. (1973). Homo Ludens Oggi. In J. Huizinga. *Homo Ludens*, pp. VI-I-XXVII. Torino: Einaudi.
- Eco, U. (1991). *Lector in fabula: la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milano: Bompiani.
- Gariboldi, A. (2017). La rivoluzione copernicana dei pubblici. In *Il Giornale delle Fondazioni. Studi e ricerche*. <<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/la-rivoluzione-copernicana-dei-pubblici>> (consultato il 10 marzo 2021).
- Huizinga, J. (1949). *Homo Ludens. A study of the Play-Element in Culture*. London: Routledge and Kegan Paul Ltd.
- Lampis, A. (2018). I videogiochi per conoscere arte e cultura. In *Economia della Cultura, Rivista trimestrale dell'Associazione per l'Economia della Cultura*. 3/2018, pp. 269-274.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (ed.). *The communication of ideas*, pp. 37-52. New York: Institute for Religious and Social Studies, Harper & Brothers.
- Lugli, A. (1993). Museologia. In A. Conti, R. Cassanelli (a cura di). *L'arte. Critica e conservazione*, pp. 75-100. Milano: Jaca book.
- Luigini, A., Panciroli, C. (a cura di). (2018). *Ambienti digitali per l'educazione all'arte e al patrimonio*. Milano: FrancoAngeli.
- Mangani, G. (2007). Introduzione alla riedizione del Teatro del mondo di Abramo Ortelio (Venezia 1724). In *L'Universo*, a. LXXXVII, n. 6, 2007, supplemento <<http://nuka.giorgiomangani.it/Portals/0/GiorgioMangani/downloads/Introduzione%20a%20Teatro%20del%20mondo%202007.pdf>> (consultato il 10 marzo 2021).
- MiBACT (2014). *Organizzazione e funzionamento dei musei statali, Decreto 23 dicembre 2014 (Decreto Musei)*. <<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/04/Decreto-Ministeriale-23-12-2014-agg.-02-2018-ECA.pdf>> (consultato il 10 marzo 2021).
- Mottola Molino, A. (2007). Museo (lemma). In Treccani, Enciclopedia Italiana. VII Appendice <[http://www.treccani.it/enciclopedia/museo\\_res-81d75601-9bc2-11e2-9d1b-00271042e8d9\\_\(Enciclopedia-Italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/museo_res-81d75601-9bc2-11e2-9d1b-00271042e8d9_(Enciclopedia-Italiana)/)> (consultato il 10 marzo 2021).
- Pagliari, F. (2002). Credendo di giocare. Verso un'interpretazione cognitivista dei processi ludici. In *Sistemi intelligenti*, 14 (3), pp. 371-415.
- Pescarin, S. (a cura di). (2020). *Videogames, Ricerca, Patrimonio Culturale*. Milano: FrancoAngeli.
- Pomian, K. (1987). *Collectionneurs, amateurs et curieux. Paris, Venise: XVIe-XVIIe siècle*. Paris: Gallimard.
- Ragonese, R. (2010). Guide turistiche: un'introduzione. In *EJC Serie Speciale. Journal online of AISS - Associazione Italiana di Studi Semiotici*, anno IV, n. 6., pp. 5-18.
- Rogers, F., Sharapan H. B., (1994). How children use play. In *Education Digest*, 59(8), pp. 13-16.
- Settis, S. (2002). *Italia S.p.A. L'assalto al patrimonio culturale*. Torino: Einaudi.
- Settis, S. (2017). Un confronto tra Geburtstagsatlas e Mnemosyne Atlas: Tavola 7\*. In Settis S., Pedersoli A., Culotta S., *Esercizi di confronto tra le Tavole 7, 30, 37 del Geburtstagsatlas di Gombrich e le corrispondenti del Mnemosyne Atlas, La Rivista di Engramma*, 151/2017, pp. 96-100.
- UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage* <<https://ich.unesco.org/en/convention>> (consultato il 10 maggio 2021).
- UNESCO (2015). *Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and Collections, their Diversity and their Role in Society* <<http://umac.icom.museum/wp-content/uploads/2018/08/246331m.pdf>> (consultato il 10 maggio 2021).
- Viola, F., Idone Cassone, V. (2017). *L'arte del coinvolgimento. Emozioni e stimoli per cambiare il mondo*. Milano: Hoepli.