

## La sensibilizzazione del pubblico per la salvaguardia del patrimonio culturale

Roberto Nardi

C.C.A., Centro di Conservazione Archeologica, Roma

Il panorama degli interventi di conservazione si è arricchito negli ultimi anni di un nuovo fenomeno: l'apertura dei cantieri al pubblico e la realizzazione di operazioni tecniche "in diretta".

Questo fenomeno rappresenta qualcosa di più profondo della semplice apertura fisica di spazi di lavoro e si pone risultati più ambiziosi della semplice "spettacolarizzazione" degli interventi.

Il C.C.A., Centro di Conservazione Archeologica di Roma negli ultimi quindici anni ha aperto i propri cantieri al pubblico ogni qualvolta le condizioni lo permettevano. Questa scelta è stata determinata dalla convinzione che rendendo il pubblico cosciente dei rischi di deperimento che il patrimonio corre quotidianamente e della difficoltà e dei costi che comporta rimediare a questi rischi, si possa lentamente educarlo al rispetto delle opere (prevenire vandalismo e uso inadeguato) e farlo partecipe alla loro salvaguardia (creare consenso).

"Restoration is a cultural problem before it becomes a technical one. If this evidence is not kept constantly alive it is inevitable that the public reassured by the specialist's technique feels relieved of all responsibility" P.Philippot<sup>1</sup>.

Questa frase che Philippot ha scritto nel 1985 ci permette alcune considerazioni utili a spiegare la scelta di investire energia e risorse nel campo dell'informazione del pubblico in margine agli interventi di conservazione realizzati dal C.C.A. Centro di Conservazione Archeologica di Roma da alcuni anni a questa parte.

La prima, ovvia, è che la nostra professione per quanto apparentemente antica e codificata, vede ancora vivo al proprio interno un processo critico che ne rigenera lentamente ma costantemente principi, tecniche e metodologie. Sia da esempio il termine "restoration" ancora usato da Philippot solo 15 anni fa, oggi quasi integralmente sostituito dal termine "conservation" o "conservation-restoration".

La seconda considerazione è relativa alla funzione stessa che oggi assegnamo al conservatore-restauratore professionista: non più di occuparsi esclusivamente dell'intervento tecnico diretto sulla materia e sull'oggetto, ma, in senso più ampio, della protezione, conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale. Dunque, ampliando ancora una volta il punto di vista e il campo di azione della nostra professione, così come ormai tanti anni fa si è passati dalla pratica del "restauro" a quella della "conservazione", stiamo assistendo oggi al passaggio dalla pratica della "conservazione" a quella ancora più ampia della "conservazione preventiva".

Prova di questo cambiamento sono le sempre più frequenti richieste da parte di istituzioni e amministrazioni di occuparci di manutenzione, di piani di sicurezza, di formazione, di sensibilizzazione. Anche i modi e la scala degli interventi che ci vengono proposti sono cambiati: sempre di più ci viene chiesto di occuparci di collezioni e

---

<sup>1</sup>P.Philippot, Editorial ICCROM Newsletter, January 1985, pp.2-5

non di singoli oggetti, di interi siti e non più di singoli mosaici o affreschi, di edifici e non di singole sale; sempre più spesso ci vengono richieste competenze multiple all'interno dello stesso gruppo di conservatori-restauratori (contro le offerte per singoli tecnici di qualche anno fa); sempre di più ci viene chiesto di occuparci di protezione, di prevenzione, di amministrazione.

Ecco perchè abbiamo deciso di rivolgerci al pubblico: perchè siamo convinti che la forma più efficiente di protezione è la prevenzione dei danni e riteniamo che questo si debba realizzare non solo attraverso l'intervento diretto degli addetti ai lavori, ma soprattutto attraverso la cura e il rispetto da parte di tutti.

Esattamente come teorizzava P.Philippot più di 15 anni fa.

A quanto appena detto si deve aggiungere la considerazione che lo scopo dei nostri interventi di conservatori-restauratori è quello di preservare il patrimonio culturale e di facilitare la trasmissione del messaggio storico che questo contiene. Allo stesso tempo, la nostra posizione di "operatori del settore" ci pone in una posizione privilegiata per ottenere questi obiettivi. Per vari motivi.

Il primo nasce dalla constatazione che, di fatto, siamo presenti in "prima linea", cioè a diretto contatto con chi fruisce del patrimonio culturale e chi vuole ed è disponibile a ricevere questo messaggio. Questo perchè lavoriamo nei musei, nei siti e sui monumenti.

Il secondo motivo è collegato alla posizione di vantaggio in cui ci troviamo: il pubblico è normalmente abituato ad assimilare la parola restauro e conservazione con sale e monumenti chiusi ai visitatori, con l'impossibilità di visitare quello che loro volevano vedere. Se invece ci presentiamo offrendo disponibilità, in parole povere se accettiamo e ammettiamo il pubblico nei nostri cantieri, la stessa sorpresa aiuta a creare un'attitudine positiva nei confronti della nostra professione, del cantiere e delle iniziative organizzate in favore del pubblico.

Il terzo motivo è una semplicissima questione di immagine e di impatto: quello che facciamo può apparire al pubblico delicato e difficile. Tante volte ci sentiamo dire: "ma quanta pazienza avete!". Spesso perchè il lavoro appare inusuale e nuovo, oppure perchè le operazioni che realizziamo possono essere impressionanti per i risultati, per la polvere, per i colori, per le luci e per altri motivi.

Questi e altri motivi possono essere utilizzati per comunicare al pubblico almeno tre diversi messaggi: il primo è l'importanza del contenuto storico che il patrimonio culturale può trasmettere; il secondo è la fragilità del patrimonio culturale; il terzo è la complessità del mantenere la sua integrità e conservarlo in buone condizioni.

Con le iniziative organizzate a favore dell'informazione del pubblico, possiamo mirare ad ottenere due tipi di risultati: uno a breve e uno a lungo termine. Quello a breve termine è rappresentato dall'intervento diretto sui monumenti, e lo si realizza preservando il patrimonio e gestendolo in maniera intelligente. Per esempio, promuovendo un evento culturale extra quale può essere un cantiere di conservazione aperto al pubblico in un sito o in un museo.

In più dobbiamo puntare a risultati a lungo termine, quali facilitare la trasmissione e la comprensione del messaggio storico. Educando le prossime generazioni, si può sperare di limitare nel futuro nuove potenziali aggressioni, quali per esempio un "uso" inadeguato del patrimonio culturale da parte, per rimanere in un tema di grande attualità, dei grandi flussi turistici odierni.

Proprio l'impatto del fenomeno del "turismo culturale" sui beni culturali ci permette di evidenziare come la scelta di "aprire" verso il pubblico sia in realtà una "falsa scelta" bensì un obbligo.

"Turismo culturale" contro "conservazione del Patrimonio"; "uso" contro "protezione": questi sono alcuni dei luoghi comuni con i quali è stato affrontato fino ad oggi il fenomeno della scoperta da parte di un turismo in grande crescita di siti archeologici, musei, città d'arte. Un fenomeno che ha colto impreparati gli amministratori e i monumenti. I primi impegnati in una gestione "difensiva" del patrimonio; i secondi quasi sempre ridotti a rovine incomprensibili, prossime al collasso finale.

In questo quadro il grande sviluppo del turismo e le richieste di maggior disponibilità "all'uso" di monumenti e siti, hanno avuto un effetto detonante, le cui conseguenze sono materializzate nella crisi delle amministrazioni e nel degrado dei monumenti. Per questo il "turismo culturale" viene oggi preferibilmente accolto come un evento nefasto: una sciagura.

La realtà è esattamente un'altra. La crescita dell'attenzione da parte di sempre maggiori quantità di persone rappresenta il successo, diretto e indiretto, di anni di lavoro da parte delle amministrazioni; rappresenta il riconoscimento del significato stesso del patrimonio culturale ed è esso stesso giustificazione dell'esistenza di organizzazioni (amministrazioni) incaricate della sua gestione.

Si tratta dunque di capovolgere l'attitudine di amministratori, conservatori, archeologi nei confronti del Pubblico. Noi lavoriamo per il pubblico e non contro il pubblico.

Il nostro obiettivo è quello di favorire il passaggio di informazioni dal patrimonio culturale al pubblico e allo stesso tempo di garantire la protezione del patrimonio culturale e il benessere del pubblico.

Il malcostume di "subire" il pubblico passivamente deve lasciare il posto ad atteggiamenti costruttivi basati su una gestione attiva del fenomeno. Il pubblico deve essere guidato, non represso; i danni devono essere prevenuti, non curati.

Il fenomeno del turismo culturale deve diventare l'effetto trainante di una nuova cultura manageriale applicata alla gestione dei beni culturali, che sia finalizzata non allo sfruttamento in chiave commerciale del patrimonio culturale (e degli eventi organizzati in questo ambito), bensì allo sviluppo della comprensione e alla trasmissione dei contenuti culturali del patrimonio e alla sua conservazione.

Educare le prossime generazioni significa anche affrontare alla radice il problema del vandalismo stimolando la partecipazione da parte del pubblico e creando consenso attorno al nostro operato.

Aprire i cantieri di restauro al pubblico significa mostrare la complessità e la delicatezza di questa operazione: crediamo che in questo modo sia possibile comunicare ai "non addetti ai lavori" quanto fragili sono i beni culturali, quali sforzi sono necessari per mantenerli e soprattutto quanto importante sia conservarli. Sarà proprio il consenso del pubblico a sostenere in futuro le richieste e le esigenze della conservazione.

In relazione a quest'ultimo punto vale la pena citare un'altra considerazione di P.Philippot nel suo editoriale del 1985: "If proper preparation of the specialist is a must, the information and sensitization of the public are even more desirable because the means of action ultimately depend upon public support".

A chi deve essere diretta la nostra azione? Deve essere diretta a coloro che già sono interessati al patrimonio culturale, ad esempio ai visitatori e ai colleghi. Allo stesso tempo deve attirare verso questo nostro discorso coloro che oggi non sono interessati al patrimonio culturale: deve coinvolgere i media, deve investire in attività per ragazzi, deve sensibilizzare burocrati, amministratori e politici.

Come ottenere tutto questo? Può essere ottenuto aprendo i progetti di conservazione al pubblico, dando accesso fisico e sviluppando iniziative di complemento alla visita. Queste iniziative vanno pianificate e gestite attentamente per non trasformare le visite in invasioni.

Tecnicamente significa preparare il cantiere per attirare la curiosità del pubblico, predisporre percorsi intelligenti, attrezzati e protetti, sicuri per il pubblico, per il monumento e per i conservatori. Si possono prevedere sistemi di comunicazione tra il pubblico e il conservatore, organizzare conferenze e visite guidate, mantenere un contatto continuo con i media, informare le guide turistiche, gli insegnanti, lo staff locale.

Queste iniziative hanno un costo in termini di tempo, nella progettazione e nella realizzazione dei programmi, ma risultati positivi sono numerosi. Ad esempio viene mantenuto alto il coinvolgimento del conservatore nel progetto, viene interrotta la routine quotidiana, il cantiere viene obbligatoriamente tenuto sempre in perfetto ordine.

L'apertura al pubblico di un cantiere fu sperimentata dal C.C.A., Centro di Conservazione Archeologica alla metà degli anni '80 con il cantiere dell'arco di Settimio Severo nel Foro Romano.

Obiettivo dell'iniziativa: sensibilizzare il pubblico sul tema del deterioramento dei monumenti da inquinamento atmosferico. Nel 1986, durante la campagna di conservazione durante uno scavo archeologico presso la Crypta Balbi, al centro di Roma, vengono organizzate visite guidate per il pubblico al cantiere di scavo e di restauro. Obiettivo: fornire ai visitatori l'occasione di vedere da vicino come la città si è stratificata su se stessa in venti secoli di vita, comprendere la straordinaria importanza del messaggio archeologico e la assoluta necessità della presenza di conservatori sullo scavo. Nel 1990, per 3 anni, il cantiere di restauro delle strutture del palazzo e della collezione statuaria dell' Atrio del Museo Capitolino, a Roma è quotidianamente aperto al pubblico, che può così assistere "in diretta" alle operazioni in corso. Obiettivo: favorire un rapporto "diretto" con le opere in restauro e con le problematiche della salvaguardia del patrimonio culturale. 1994, Masada, Israele, Palazzo Ovest, e poi nel 1996, Great Bath House, conservazione in situ delle strutture archeologiche: migliaia di visitatori assistono ogni giorno ai lavori "in diretta" mediante passerelle aeree ed itinerari attrezzati. Obiettivo: trasmettere al grande pubblico l'idea che i monumenti sono deperibili e richiedono cure costanti. 1994-1995, Zippori, Israele, edificio del mosaico del Nilo, una terrazza sul cantiere permette al pubblico di assistere "in diretta" ai lavori e dialogare con i conservatori. Obiettivo: informare il pubblico sui temi della conservazione in situ del mosaico, della manutenzione e della necessità di conservare il messaggio storico dei monumenti. 1995-1998, Ostia Antica, conservazione in situ dei mosaici pavimentali delle Terme dei Cisiarii e del Piazzale delle Corporazioni: il grande pubblico di Ostia assiste in diretta ad operazioni di manutenzione ordinaria e straordinaria dei pavimenti. Obiettivo: dimostrare al pubblico che i monumenti non si "mantengono da soli" ma che richiedono cure costanti e allo stesso tempo semplici ed economiche.

La risposta del pubblico alle iniziative di apertura è sempre stata superiore alle aspettative: lunghe file si sono formate alla base dei ponteggi, sono state richieste visite guidate per le scuole, più persone sono tornate a distanza di tempo per seguire l'evoluzione dei lavori. In questi anni più di un milione di persone ha visitato i cantieri di restauro.

La misura precisa della risposta del pubblico ci è venuta attraverso un questionario distribuito durante il cantiere

di conservazione dell'atrio del Museo Capitolino. Questo è stato un cantiere nel quale informazione e sensibilizzazione del pubblico sono stati obiettivi importanti fin dal momento della progettazione iniziale: un dipinto alto sette metri che riproduce l'interno del portico dell'Atrio, con i suoi archi e le sue statue e con le sagome di restauratori al lavoro e di visitatori è stato installato per simulare una chiusura del cantiere ma invece di essere una separazione, è stato uno strumento di richiamo e di comunicazione con il pubblico. Per sfruttare in pieno il potenziale culturale del progetto sono state organizzate alcune iniziative, quali visite guidate in tre lingue condotte dai restauratori, un video, un questionario sui temi della protezione del patrimonio. Il questionario è stato distribuito in quattro lingue davanti a una statua lasciata appositamente non restaurata per permettere al pubblico di comprendere quale era lo stato di conservazione della collezione prima dell'intervento. Sono stati preparati 5 questionari diversi: il testo, di due sole domande, cambiava ogni giorno e le risposte alle domande dei giorni precedenti venivano progressivamente esposte. Particolarmente stimolante per il pubblico si è rivelata l'idea di poter confrontare da un giorno all'altro le risposte ai quesiti dei giorni precedenti.

Hanno risposto una media di 150 visitatori al giorno per un totale di 750 persone. Il 71% ritiene che lo scopo principale di un intervento di restauro sia conservare le opere d'arte, mentre solo il 18% crede che il restauro aiuti nella conoscenza delle opere. Il 69% ritiene che il proprio interesse per la scultura antica sia stato incentivato dopo aver visto le statue restaurate. Il 91% ritiene che eseguire i restauri senza chiudere il cantiere alla vista del pubblico è un supplemento di informazione e va incoraggiato. Il 79% ritiene che dopo il restauro il deterioramento delle sculture si fermerà solo se ci sarà manutenzione. Infine l'84% dei visitatori dedicherebbe alla visita di un cantiere di restauro 30 minuti dei 60 necessari a visitare un museo.

Ma forse la misura del successo di queste iniziative ci è giunta dal numero di cantieri di restauro che in questi anni sono stati aperti al pubblico un po' ovunque e, ancora di più, dal fatto che l'amministrazione capitolina, che tante difficoltà aveva fatto solo nel 1990 al momento di aprire al pubblico il cantiere di restauro dell'Atrio del Museo Capitolino, si è proposta per una nuova iniziativa di "restauro in diretta" di due sculture marmo di epoca romana provenienti dal Museo Capitolino ed esposte presso i nuovi spazi museali della Centrale Montemartini a Roma. L'evento, realizzato dal C.C.A. nel corso del 1999 è stato largamente sostenuto e pubblicizzato dal Comune di Roma con ampia partecipazione di autorità e media. L'intervento è stato eseguito all'interno di uno spazio appositamente preparato, arredato e corredato di materiali informativi con un calendario di visite libere e guidate, per grandi e bambini, anche nei giorni di sabato e domenica. La grande novità (dal punto di vista di noi conservatori) è che l'amministrazione ha rimborsato economicamente il tempo dedicato dai conservatori alle visite guidate.

Un altro importante segno dell'avvenuto riconoscimento del ruolo dei conservatori quali "comunicatori" del messaggio conservativo è venuto lo scorso inverno durante un incontro internazionale nel corso del quale 50 partecipanti da 16 paesi diversi hanno lavorato per quattro giorni per definire un documento che delineasse la figura del conservatore-restauratore e le sue competenze.

L'articolo n.3 del documento conclusivo, conosciuto come "Carta di Pavia", dice: ..della partecipazione del conservatore-restauratore nel processo decisionale fin dall'ideazione del progetto e della sua responsabilità nella comunicazione con i professionisti del settore, il pubblico e il mondo politico.

L'articolo n.6 recita: un giusto equilibrio nella formazione del conservatore-restauratore tra insegnamenti teorici e

pratici integrati, nonchè l'inserimento della comunicazione fra le materie di studio.<sup>2</sup>

Questi risultati ci confermano della validità delle iniziative dedicate al pubblico ma allo stesso tempo ci insegnano che aprire un cantiere ai visitatori non è una cosa che si improvvisa, tanto meno significa semplicemente lasciare che il pubblico acceda fisicamente sul cantiere. Se così fosse, i rischi e gli oneri sarebbero molti e ricadrebbero interamente sui conservatori che hanno avuto l'idea. A questo fa eco la critica a volte espressa da alcuni restauratori nei confronti di queste iniziative: è stato contestato che il restauro non è spettacolo e che i restauratori non vogliono sentirsi attori o peggio ancora animali in gabbia. Riteniamo che questo sia un punto di vista poco diffuso all'interno della professione e che rispecchi piuttosto un'attitudine passiva da parte di pochi che limitano la portata dell'intervento conservativo alla semplice dimensione tecnica. E invece l'intervento conservativo è prima di tutto studio, ricerca, conoscenza e come tale la comunicazione e l'informazione sono la diretta evoluzione di un processo unico. Il rapporto con il pubblico deve essere attivo, deve essere gestito e non subito. Ma ovviamente l'operazione richiede una programmazione curata in ogni dettaglio: per eliminare tutti i rischi e limitare al minimo l'impatto che l'iniziativa avrà sul conservatore al lavoro. Gli spazi devono essere organizzati in modo che le utenze e le attrezzature non interferiscano con gli itinerari di visita. Questi devono essere a loro volta pianificati tenendo conto della sicurezza fisica dei visitatori e delle opere. Il cantiere deve essere sempre tenuto in ordine ed in perfetta efficienza, ma tutto questo, come l'appena citata necessità di pianificare, sono obblighi sempre benvenuti là dove la prassi quotidiana e l'umana debolezza potrebbero portare a distrazioni. Il pubblico deve essere accolto da supporti didattici quali ad esempio pannelli illustrativi, un video, una visita guidata, cosicché il visitatore venga lentamente introdotto nella tematica del cantiere, limitando così la necessità di dialogare direttamente con i conservatori a poche domande specifiche. All'atrio del Museo Capitolino un conservatore al giorno, a rotazione, aveva l'incarico di accogliere il pubblico e di rispondere alle domande; a Zippori le guide turistiche venivano costantemente informate sull'andamento dei lavori, fungendo così da cuscinetto tra il pubblico e i conservatori.

Una ricaduta estremamente positiva di queste iniziative nell'economia generale del lavoro è l'accresciuto livello di coinvolgimento dei conservatori nel progetto: questi si sentono parte attiva di un programma che implica un rapporto diretto con il pubblico e si mantengono costantemente informati sull'andamento dell'intero progetto. La routine quotidiana dell'intervento tecnico viene costantemente rigenerata (gratificata e criticata) dalla dialettica con l'osservatore esterno. Tutto questo si traduce in minor stress dell'operatore e in maggiore qualità dell'intervento.

Ma gli aspetti positivi non finiscono qui. Non va sottovalutata per il conservatore la necessità di rispondere alle

---

<sup>2</sup> **'Tutela del Patrimonio Culturale: verso un profilo europeo del restauratore di Beni Culturali'**, atti del Summit Europeo di Pavia, 18-22 ottobre 1997, Associazione Secco Suardo, Bergamo 1998  
Nardi R., **'Accrescimento della consapevolezza a livello pubblico, professionale e politico: strumenti e casistica'**, atti del Summit Europeo di Pavia, 18-22 ottobre 1997, Bergamo 1998, pp. 261-268

domande più diverse e dunque di rimettere sempre tutto in discussione, così come i suggerimenti o le critiche di chi viene dall'esterno e che osserva i risultati del lavoro con la mente libera da influenze. Molto positiva è stata la risposta dei giovanissimi, così come ha dimostrato il grande numero di visite guidate richieste dalle scuole. Questo in particolare è un campo che intendiamo approfondire nei programmi futuri preparando materiali didattici in grado di divertire e allo stesso tempo di stimolare la curiosità e trasmettere il messaggio.

Dove risponde il pubblico, rispondono i media: la stampa ha sempre raccolto questi programmi con grande interesse, contribuendo ad amplificare gli effetti delle iniziative e così, tra gli effetti positivi dell'operazione, si deve citare anche la possibilità di collezionare una rassegna stampa che, come tutti sappiamo, serve sempre. Per quanto riguarda il rischio di distrarre il pubblico dalla visita "tradizionale", così come qualche volta è stato lamentato, non c'è rimedio: se il visitatore dedicherà parte del suo tempo al cantiere di conservazione è perché liberamente giudica che gli viene offerto qualcosa di interessante e soprattutto di inusuale. Si può piuttosto trasmettere al pubblico un'idea dinamica di museo o di sito archeologico, nel quale possono anche accadere cose "nuove" e per le quali vale la pena tornare un'altra volta.

Alla base della scelta di intraprendere delle attività di informazione per i visitatori c'è stata la considerazione che ogni volta che si impegna il pubblico si ottengono risposte positive, a breve e a lungo termine: a breve, con una grande partecipazione alle iniziative; a lungo termine, con una sensibilizzazione sui temi della salvaguardia. Se crediamo dunque che la protezione dei beni culturali debba essere demandata a sistemi preventivi, la sensibilizzazione del pubblico è un elemento chiave: saranno i cittadini stessi che un giorno si sentiranno partecipi del dovere e del piacere di proteggere il patrimonio culturale.

Conclusioni

*"Il momento dell'intervento rappresenta l'occasione privilegiata per la riscoperta del monumento"*, il suo riattualizzarsi nella coscienza di chi lo osserva come monumento risultante dalla somma di forma, materia, spazio ed vicende storiche

Questa frase di Cesare Brandi riassume in se stessa tutte le motivazioni e i risultati ambiti dal progetto culturale finalizzato al coinvolgimento del pubblico nei programmi di conservazione. Partendo da questo presupposto teorico si ritiene che l'intervento tecnico di conservazione debba trasformarsi in un evento di valorizzazione del monumento e divenire occasione di conoscenza e trasmissione della sua simbologia culturale, storica e spirituale. Allo stesso tempo, l'apertura verso l'esterno, la trasmissione di informazioni e il coinvolgimento del pubblico, si trasformeranno in una occasione di crescita sul tema della salvaguardia del patrimonio monumentale, e contribuiranno alla riappropriazione e al riavvicinamento del pubblico ai beni culturali. Da molti anni infatti il turismo trascura l'aspetto della durabilità dei monumenti e della loro conservazione in favore di un generico e pericoloso consumo di massa del bene culturale. Attraverso iniziative come quelle realizzate e come altre già in corso, si potrà lentamente aumentare il livello di consapevolezza in questi "consumatori" di oggi, trasformandoli un giorno in "fruitori" coscienti e maturi del patrimonio comune. Il patrimonio culturale è un bene comune e universale: abbiamo tutti il diritto di fruirne ma siamo tutti responsabili della sua trasmissione al futuro.

*Short biographic note*

Roberto Nardi took a degree in archaeology at the University of Rome and a certificate in conservation at the Istituto Centrale del Restauro. Since 1982 he is director of the Centro di Conservazione Archeologica (CCA), a private company undertaking public commitments in conservation of ancient monuments and archaeological

sites. He has been in charge of conservation projects and training courses in Italy and abroad. He is an associate professor at ICCROM. He is actually involved in the opening of a new training center set by C.C.A. in a freshly restored XVI century convent near Rome.



## Didascalie

1. Roma. Museo capitolino. Il cantiere di conservazione della collezione di sculture e delle strutture del Palazzo è stato mantenuto aperto al pubblico durante tutti e tre gli anni dell'intervento. A rotazione un conservatore era addetto a ricevere e a guidare il pubblico attraverso le varie postazioni di lavoro per introdurre i temi della conservazione e della fragilità del patrimonio culturale e pre spiegare le operazioni tecniche in corso. Questa iniziativa è proseguita durante le tre settimane annuali necessarie ad eseguire il piano di manutenzione.

2. Zipori. Israele. Edificio del mosaico di bird and fish. L'intervento di conservazione, durato 4 mesi, è stato eseguito allestendo una terrazza panoramica che permetteva ai visitatori di assistere in "diretta" ai lavori, senza interferire con le operazioni in corso. Pannelli esplicativi introducevano i temi della conservazione in situ del mosaico ed invitavano il pubblico a comunicare con i conservatori all'opera.

3-4 Ostia Antica. Piazzale delle Corporazioni. L'intervento di manutenzione straordinaria dei pavimenti a mosaico è stato realizzato sotto gli occhi del pubblico. A richiesta, venivano organizzati gruppi per la visita al cantiere. I temi comunicati ai visitatori erano quelli della necessità di conservare i pavimenti musivi in situ, quelli della loro fragilità e quelli dell'esigenza di realizzare opere di manutenzione ordinaria a basso costo ma ad alto impatto conservativo sul manufatto antico.

5-6 (Diapositiva e fotocopia a colori). Roma, Centrale Montemartini. La città di Roma ha organizzato una manifestazione ufficialmente strutturata su un intervento di conservazione su due sculture di epoca romana. Finalità dell'operazione era quella di attirare il pubblico con un "evento particolare" e di informarlo sui temi della conservazione del patrimonio scultoreo antico. L'iniziativa ha incontrato un grande successo in modo particolare con il pubblico dei più piccoli.