

Sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica G. Napolitano
Under the Patronage of the President of the Republic of Italy, G. Napolitano



Come è comunicato il Patrimonio Culturale?

Valutare la qualità della trasmissione del messaggio culturale

How Cultural Heritage is communicated?

Evaluating the Quality of the Transmission of the Cultural Message

Roma, 5-7 Dicembre 2012 - Rome December 5-7, 2012

PRÉTIRAGE

Redatto in collaborazione con la Scuola Superiore per Mediatori Linguistici "Gregorio VII" di Roma

www.herity.it

Stefano Aragona, Università degli studi di Reggio Calabria, *Comunicare il Patrimonio Culturale per Conoscere/Tutelare/Comunicare/Strutturare il territorio e la città*

Le considerazioni che seguono si riferiscono al rapporto tra territorio e città ed il loro patrimonio culturale. Questo non solo per la specializzazione di chi scrive - urbanista - ma anche perché la caratteristica dell'Italia tutta è il suo *paesaggio*. Paesaggio costituito dal succedersi di centri urbani ricchi di emergenze ma soprattutto formato e costruito dalla presenza diffusa di elementi di architettura minore, di tanti "piccoli" capolavori, di tante storie che hanno disegnato il territorio che oggi si vede.

Messaggio della *Convenzione Europea del Paesaggio* (2000) ed applicazione al Patrimonio Culturale della indispensabile *visione integrata* nelle strategie europee espressa dalla *Carta di Lipsia* (2007) in poi. La Rocca Paolina di Perugia, sorta di museo dinamico, è un esempio di come si possa comprendere il rapporto tra storia, città e patrimonio culturale.

Quindi occorre porre in evidenza la presenza, il senso, la funzione e le opportunità delle emergenze esistenti, spiegarne il ruolo a scala territoriale e/o urbanistica cioè In/Formare i cittadini, ovvero i *cum-cives*, affinché siano i primi attori nella tutela e valorizzazione delle testimonianze della loro *civitas*. Quindi conoscenza della città come *pedagogia* dice Gennari (1995) e modalità di costruzione di senso di essa, la *leggibilità* di Lynch, tenendo conto della lezione di Arnheim (1971) poi ripresa e riarticolata da Socco (2000).

The following statements refer to the relationship between territory and cities and their cultural heritage. And all this is not only for the specialization of the writer - town planner - but also because the main characteristic of Italy is its landscape. A landscape formed by a succession of towns rich in outstanding structures and buildings but also formed by a great presence of minor architectural elements, by many "small" masterpieces as well as many stories that have drawn the territory that we see today.

Message of the European Landscape Convention (2000) and implementation to the Cultural Heritage of the fundamental integrated vision as for what concerns European strategies as expressed on the Charter of Leipzig from its establishment, on 2007, onwards. The Rocca Paolina in Perugia - a sort of dynamic museum - is an example of how to interpret the relationship between history, city and its cultural heritage.

That is why we need to highlight the presence, the meaning, the function, as well as the opportunities of the existing cultural treasures, explaining their role on a regional and/or urban scale, which also means to inform the citizens, from the Latin cum-cives, for them to be the first and main actors in the protection and enhancement of the testimonies (what remains) of their civitas (civilization). That is knowledge of the city as pedagogy, according to Gennari (1995) and method for a meaningful construction, the legibility of Lynch, taking into account Arnheim's lesson (1971), taken back and rearticulated later on by Socco (2000).

Renaldas Gudauskas, Lithuanian National Library, **Giedre Gudauskaite**, Vilnius University, *The role of Communication in building cultural and creative industries*

La diffusione delle informazioni e l'accessibilità delle stesse è alla base di uno sviluppo economico, politico, sociale e culturale sostenibile. Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) consentono di raccogliere, memorizzare, archiviare le informazioni sul patrimonio culturale e accedervi in qualsiasi momento e ovunque in modo moderno. Pertanto la politica di informazione è una questione chiave della conoscenza della cultura e dell'informazione istituzionale. Nella Carta del Diritto all'Informazione è scritto *la comunicazione può essere usata come una forza per sostenere il potere e per vittimizzare i deboli ed è fondamentale per plasmare l'ambiente culturale di ogni società*. La comunicazione strategica descrive una varietà di strumenti utilizzati dai governi da generazioni per comprendere globalmente atteggiamenti e culture, impegnarsi in un dialogo di idee tra le persone e le istituzioni, suggerendo ai *policymakers* le implicazioni dell'opinione pubblica nelle scelte di politica dei Beni Culturali e negli atteggiamenti e comportamenti che influenzano le strategie di comunicazione.

Lo sviluppo di infrastrutture di ricerca (IR) favorirà l'emergere di una nuova cultura. I cambiamenti tecnologici apportano innovazione solo quando le risorse intellettuali e culturali interagiscono e lavorano al meglio delle loro potenzialità. Da oggi al 2020, la quantità di informazioni digitali create e replicate nel mondo crescerà fino a raggiungere la quasi inconcepibile cifra 35×10^{12} gigabyte, così come tutte le principali forme di *media* completeranno il passaggio da analogico a digitale. Questo creerà un ponte fra "fisico" con "digitale".

La Commissione Europea ha destinato un finanziamento per la Biblioteca digitale pubblica dell'EU *Europeana* e la digitalizzazione dei contenuti nelle previsioni di spesa per le infrastrutture di servizi digitali paneuropei (*e-services*) proposte per il quadro finanziario pluriennale 2014-2020. La Commissione ha adottato una raccomandazione sulla digitalizzazione e la conservazione digitale il 27 ottobre 2011. La raccomandazione invita gli Stati membri a intensificare i propri sforzi, mettere a sistema le loro risorse e coinvolgere attori privati nella digitalizzazione del materiale culturale al fine di renderlo disponibile attraverso *Europeana*.

La Politica culturale per i Beni pubblici e la comunicazione strategica dovrebbero comprendere:

1. dare forma ai temi e ai messaggi e scegliere i mezzi di diffusione per garantire che le priorità siano chiare, che i temi generali siano stabiliti, che i messaggi siano coerenti e le risorse vengano utilizzate in modo efficace;
2. identificare gli strumenti di comunicazione che più efficacemente possano raggiungere gli obiettivi voluti con messaggi specifici indicati dalla *policy*;
3. capire ciò che costituisce "l'autorità messaggio", le implicazioni di comunicazione interculturale, e di come i messaggi sono "ascoltati" in ambienti culturali diversi;

Per essere efficace, i comunicatori strategici devono comprendere gli atteggiamenti e le culture, rispettare l'importanza delle idee, adottare tecnologie informatiche avanzate, e utilizzare capacità di comunicazione sofisticate e strategie. Per essere convincente, bisogna essere credibile.

Information dissemination and accessibility is underlying factor for sustainable economic, political, social and cultural development. Information and communication technologies (ICT) enable to collect, store, archive information about cultural Heritage and access it at anytime and anywhere in modern ways. Therefore fire national information policy is key issue of culture knowledge and information institutions. In the People's Communication Charter it is written "Communication can be used as a force to support the powerful and to victimize the powerless and communication is fundamental to the shaping of the cultural environment of every society". Strategic communication describes a variety of instruments used by governments for generations to understand global attitudes and cultures, engage in a dialogue of ideas between people and institutions, advice policymakers on the public opinion implications of Cultural Heritage policy choices and influence attitudes and behavior through communication strategies.

Development of Research Infrastructures (IR's) will foster emergence of a new culture. Technological changes are bound to bring innovation only when intellectual and cultural resources are interacting and performing at the best of their potential. Between now and 2020, the amount of Digital information created and replicated in the world will grow to an almost inconceivable 35 trillion gigabytes as all major forms of media complete the journey from Analog to Digital. It will bridge "Physical" with "Digital". The European Commission has included financing for the EU public Digital Library Europeana and digitization of content in the provision for pan-European e-services infrastructures in the proposal for the Multiannual Financial Framework 2014-2020. The Commission adopted a Recommendation on digitization and Digital preservation on 27 October 2011. The Recommendation asks the Member States to step up their efforts, pool their resources and involve private actors in digitizing cultural material and make it available through Europeana.

The Cultural Heritage public policy and strategic communication considerations should include:

1. *Shaping themes and messages and choosing means of delivery to ensure that priorities are clear, overall themes are established, messages are consistent and resources are used effectively;*
2. *Identifying communication tools that will most effectively reach intended targets with the specific messages indicated by the policy;*
3. *Understanding what constitutes "message authority", the implications of cross-cultural communication, and how messages are "heard" in different cultural environments;*

To be effective, strategic communicators must understand attitudes and cultures, respect the importance of ideas, adopt advanced information technologies, and employ sophisticated communication skills and strategies. To be persuasive, they must be credible.

Ayşegül Antinörs Çirac, Dkuz Eylul University, *Objectives and methods of conservation practices: Conservation and the public - the case of Izmir Historical Center*

Smirne è una delle più importanti città storiche della Regione dell'Egeo. Il centro storico della città è sempre stato densamente popolato sin dall'età ellenistica. In questa regione multistrato vi sono molti dei più importanti reperti archeologici, come l'*Antica Agorà di Smirne*, nota come la più grande agorà al mondo nell'ambito della morfologia urbana del periodo Ottomano. Durante un processo di trasformazione/modernizzazione atto a renderla una città metropolitana (dopo il cosiddetto "Periodo della Repubblica", caratterizzato dalla perdita della maggior parte del suo patrimonio e del centro storico), Smirne, la terza città più grande della Turchia, è divenuta una baraccopoli. Tuttavia, specialmente nei primi anni successivi al 2000, le municipalità hanno continuato a lavorare sodo ed hanno cercato di accelerare le pratiche di conservazione sulle opere archeologiche. In questo intervento ci si propone di discutere gli obiettivi ed i metodi degli studi sulla conservazione che sono attualmente utilizzati per il centro storico multistrato di Smirne (già divenuto una baraccopoli); e ci si propone di discuterli nell'ambito della relazione tra la conservazione del patrimonio ed il bene pubblico. Le discussioni si articoleranno in due parti: nella prima si tratteranno gli obiettivi della conservazione da un punto di vista scientifico; nella seconda si tratteranno le pratiche di conservazione. Nella prima parte affronteremo il problema della gentrificazione e della situazione di coloro che usufruiscono del centro storico (che, secondo le politiche neoliberiste, ha iniziato ad essere trattato come nuova area d'investimento di capitali); nella seconda parte affronteremo i metodi, valutando altresì gli studi che hanno distrutto una parte della morfologia urbana Ottomana del XVI secolo (tenendo in considerazione che l'obiettivo dell'ampliamento del luogo degli scavi era quello di rendere l'Agorà più visibile). Una prima selezione, in queste pratiche, viene fatta scegliendo un periodo storico piuttosto che un altro. Sebbene lo scopo di questa selezione sia esclusivamente quello di dare la possibilità ai cittadini di conoscere la storia della città, i principi di conservazione del patrimonio (riconosciuti a livello internazionale) prevedono che non si sarebbe dovuta fare alcuna selezione fra i periodi storici. Dunque è palesemente necessario discutere dei metodi e degli approcci più adeguati a tali condizioni.

Sia le politiche di gentrificazione (imposte dalle dinamiche del processo neoliberista che si sta vivendo in tutto il Paese) sia il problema della selezione tra gli strati storici della città si basano essenzialmente sulle discussioni di coloro per i quali queste pratiche sono state create. Perciò il problema su come definire gli obiettivi ed i metodi, che si concentrano sul bene pubblico in generale, è una questione di fondamentale importanza. Per questa ragione, entro i dovuti limiti di quest'intervento, tratteremo le pratiche di conservazione che vengono applicate nella città di Smirne tramite l'analisi, nel contesto del bene pubblico, del modo in cui debbano identificarsi obiettivi e metodi del processo di conservazione.

Izmir is one of the most important historical cities of the Aegean Region. The city historical center has always been highly populated since the Hellenistic Age. In this multilayered region there are many of the most important archaeological finds, as the Izmir's Ancient Agora, known as the world's biggest agora located within the urban morphology of the Ottoman period. Izmir, the 3rd biggest city of Turkey, during a modernization/transformation process in order to become a metropolitan city (after the so-called "Republic Period", when it lost its historical center and most of its historical heritage), became a slum area. However, municipalities worked on and tried to speed up the conservation practices on archaeological works, especially during the early 2000's. This paper aims to discuss the targets and methods of the conservation studies currently implemented for Izmir's multilayered historical center (which has already become a slum area); and it aims to discuss them in the framework of the relation between the heritage conservation and the public good. The discussion will be carried out in two parts: first, focusing on the aims of conservation from a scientific point of view; second, focusing on the conservation practices. In the first part we will discuss the gentrification issue and the situation of land users in the historical center (which has started to be treated as a new capital investment area, according to the neoliberal policies); in the second part we will discuss the methods, hence evaluating the studies that have partly destroyed the 16th century Ottoman urban morphology (taking in account that expanding the excavations site was intended to give more visibility to the Agora). A first selection, in the practices, is made by choosing one historical period over another. Although the aim of this selection is solely for the purpose to allow citizens know the city history, the heritage conservation principles (internationally recognized) indicate that no selection between historical periods should have been done. Therefore it is clearly necessary discussing the most proper methodologies and approaches in such conditions.

Both the gentrification policies (imposed by the dynamics of the neoliberal process which is experienced in the whole country) and the selection issue between urban historical layers are essentially based on the discussions of those for whom these applications have been made for. Therefore the issue on how to define objectives and methodologies, focused on public good in general, it is a matter of crucial importance. For this reason, within the scope of this paper, we will discuss the conservation practices done in Izmir by analyzing, in the context of public good, the way objectives and methodologies of the conservation process should be identified.

Hakima Belkhattab et al., Ministry of Culture of Moroc, *Old Careers of Casablanca: an exceptional paleontological and paleoanthropological heritage to be developed*

Le antiche cave di Casablanca, la sua metropoli ed il centro economico del Regno del Marocco rappresentano uno straordinario patrimonio archeologico. Gli scavi effettuati, in alcuni siti preistorici, dall'*Institut National des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine* (INSAP, Rabat, Marocco) e dal *Centre National de la Recherche Scientifique* (CNRS, Francia), nell'ambito della cooperazione franco-marocchina, hanno portato alla luce un patrimonio paleontologico e paleoantropologico di grande valore scientifico; reperti archeologici di ominidi associati ad utensili acheuleani (il cosiddetto "*Atlanthrope*" di Sidi-Abderrahmane, Carrière Thomas 1 e Oulad Hamida 1) ed altri ci hanno lasciato una fauna del Mio-Pliocene di macro e micro-vertebrati, considerata la più ricca del Nord-Africa (Lissasfa e Al Oughlam). Lo stato attuale di questi luoghi compromette la conservazione e la valorizzazione di quest'eredità archeologica e sottolinea altresì una situazione allarmante che necessita d'un piano d'intervento e recupero delle suddette cave, come un geo-parco, un museo del sito archeologico... affinché si possano integrare contemporaneamente i vincoli di ordine archeologico ed ambientale. La salvaguardia di questo straordinario patrimonio, apprezzato a livello internazionale ma quasi sconosciuto a livello locale, richiede un approccio che unisca sensibilizzazione, educazione, elaborazione di piani di gestione ed adeguate misure di protezione. E tutto ciò grazie alla mobilitazione e al coinvolgimento delle autorità locali e regionali, delle associazioni, dei ricercatori scientifici e della popolazione, cosa che permetterà dunque di preservare questo patrimonio e contemporaneamente di promuovere l'ecoturismo. Quest'esperienza getterà le basi per un nuovo sviluppo, non soltanto in Marocco ma anche in altri paesi come Algeria e Tunisia.

The old quarries of Casablanca, its metropolis and the economic center of the Kingdom of Morocco represent an extraordinary archaeological heritage. The excavations carried out, in few prehistoric sites, by the National Institute of Archaeological Sciences and Heritage (INSAP, Rabat, Morocco) and the National Centre for Scientific Research (CNRS, France), as part of the France-Morocco cooperation, have discovered a paleoanthropological and paleontological heritage of great scientific value; hominid remains associated with Acheulean tools (the so-called "Atlanthrope" of Sidi-Abderrahmane, Career-Thomas 1 and Oulad Hamida 1) and other ones have delivered us a macro and microvertebrates mio-Pliocene fauna, considered the richest one in Northern Africa (Lissasfa and Al Oughlam). The current situation of these sites prevents this archeological heritage from being preserved and valorized, furthermore showing an urgent need for a management and restoration plan of the quarries, as a geo-park, a site museum... in order to integrate constraints of both archaeological and environmental order. The protection of this unique heritage, internationally known but albeit unknown at a local level, needs an approach that combine both awareness, education, development of management plans and well planned protection measures. And all this thanks to the involvement and mobilization of local and regional authorities, associations, scientific researchers and local communities; in this way it will be possible to promote ecotourism and preserve the very heritage. This experience will lay the foundations of a new development, not only in Morocco but in other countries as well, like Tunisia and Algeria.

Silvia Beltramo, Politecnico di Torino, **Paolo Bovo**, professionista, *I "cantieri evento": comunicare il patrimonio culturale in restauro*

La necessità di comunicare e far conoscere il patrimonio culturale è un'esigenza ormai nota e imprescindibile nella cultura contemporanea. In questi ultimi decenni le istituzioni internazionali e nazionali insieme alla comunità scientifica si sono rese conto dell'importanza di comunicare le scelte effettuate nell'ambito della valorizzazione dei beni culturali per rendere il cittadino e la comunità consapevole delle politiche di tutela e fruizione del patrimonio culturale. Un aspetto interessante rispetto a questi temi è la comunicazione dei cantieri di restauro e di trasformazione di un bene culturale che successivamente sarà reso fruibile al pubblico.

Nel corso degli ultimi anni la maggior parte dei più importanti cantieri di riallestimento del patrimonio museale o di restauro di beni architettonici o artistici sono stati protagonisti di un'intensa politica di comunicazione rivolta alla comunità per coinvolgere i cittadini e rendere consapevole la comunità locale e scientifica delle attività di recupero e di valorizzazione in corso.

La proposta è rivolta all'analisi di alcuni casi di aperture di cantieri-evento analizzando le modalità di comunicazione del patrimonio culturale attraverso lo studio delle tecniche di attuazione, della tipologia di comunicazione, del messaggio comunicato e dal riscontro sulla comunità, attraverso l'analisi del materiale e degli studi effettuati, e della sua realizzazione. Tra i casi studio il lungo cantiere della Reggia di Venaria Reale vicino a Torino (2000-2010), che dopo anni di lavoro è una realtà ormai affermata nel patrimonio artistico e museale italiano e internazionale, grazie anche alla scelta di aver iniziato per tempo a comunicare i lavori di restauro in corso e la successiva destinazione degli spazi museali. L'apertura di uno specifico sito internet, l'organizzazione di appuntamenti culturali, visite guidate e eventi hanno creato una sorta di "fidelizzazione" del visitatore che ha voluto seguire nel corso degli anni i lavori in corso. Un altro caso di grande interesse è stato il cantiere di restauro degli affreschi della chiesa di San Francesco Saverio di Mondovì (CN) di Andrea Pozzo; in occasione delle celebrazioni del trecentesimo anniversario della morte di uno degli artisti più affermati del barocco italiano, si è deciso di offrire la possibilità di visitare la chiesa e ammirare i restauratori al lavoro mentre salgono sui ponteggi e l'occasione di osservare gli affreschi a distanza ravvicinata. "Il trionfo dell'illusione", un'esperienza prima ancora che una mostra, ha ospitato un'installazione multimediale che si è caratterizzata come un laboratorio di ricerca sulle immagini.

Anche nel caso del restauro degli affreschi della chiesa di San Francesco di Cuneo, restaurati a partire dal 2009, la scelta è stata quella di interagire con la comunità attraverso eventi organizzati, visite guidate e seminari rivolti alla comunità creando attesa e coinvolgendo la gente desiderosa di assistere alla sua riapertura all'interno del Museo Civico della città.

In the contemporary culture it is a well-known and unavoidable need to communicate and to get everyone to know about the cultural heritage. During the last decades, international and national institutions together with the scientific community have become aware of the importance of communicating their choices which are aimed at enhancing the cultural heritage in order to make citizens and the whole community aware of the policies for the protection and use of cultural heritage. As for these issues, a key point is to inform about restoration yards and to transform a cultural asset that later will be made accessible to the public.

In recent years most of the main yards for the refitting of the museum heritage or restoration yards of architectural or artistic heritage have played a leading role in promoting an intense communication policy addressed to the community in order to involve citizens and to make the local and scientific community aware about the ongoing recovery and enhancing activities.

This proposal is aimed at analyzing some cases of opening of cantieri-evento by examining the procedures of communication of the cultural heritage through the study of the implementation techniques, the type of communication, the message which has been communicated and the response of community. This analysis has also focused on materials, the studies realized and their implementation. Among the case studies there is the long yard of the Royal Palace of Venaria Reale near Turin (2000-2010), which nowadays, after years of work, is a famous sample of the Italian and international artistic and museum heritage, thanks to the fact that the on-going restoration works and the following space allocations in museums have been communicated on time. The creation of a specific website, the organization of cultural meetings, guided tours and events have fostered a kind of "fidelization" mechanism of each visitor who had decided to follow the works-in-progress over the years. Another case of great interest has been the restoration yard of Andrea Pozzo's frescoes in the Church of San Francesco Saverio in Mondovì, a small town of Piedmont, Italy. In coincidence with the three hundredth anniversary of the death of one of the most renowned artists of the Italian Baroque, it has been decided to offer everyone the opportunity to visit the Church and to watch restorers at work going up the scaffolding and the possibility to observe the frescoes from a close-up distance. "The triumph of illusion", which is an experience more than an ordinary exhibition, hosts a multimedia installation which functions as research laboratory of images.

Even in the case of the restoration of the frescoes of the Church of San Francesco in Cuneo, restored since 2009, organized events, guided tours and seminars addressed to the community have been held in order to interact with the community, creating expectation and involving people who look forward to taking part in the reopening ceremony in the Civic Museum of the small town.

Milena Bertacchini, Università di Modena e Reggio Emilia, *Racconti di Pietra: un progetto di educazione al Patrimonio Culturale*

Racconti di pietra è un progetto di educazione al patrimonio culturale che il Museo di Scienze della Terra dell'Università di Modena e Reggio Emilia sta portando avanti da alcuni anni in collaborazione con le Scuole secondarie di secondo grado e le Istituzioni culturali del territorio. Finalità del progetto sono la diffusione del sapere scientifico e la consapevolezza del valore del patrimonio culturale. Racconti di Pietra, che è risultato tra i vincitori il Concorso "Io Amo i Beni Culturali" 2012 della Regione Emilia Romagna-Istituto Beni Culturali, nella sua prossima edizione si aprirà al territorio della provincia modenese coinvolgendo cinque scuole di Modena, Finale Emilia e Sassuolo.

"Stones telling stories" is an education project related to cultural heritage that has been carried out for several years by the Earth Sciences Museum of both, Modena and Reggio Emilia Universities, in collaboration with local high schools and cultural institutions. The aim of the project is to spread scientific knowledge as well as the awareness of the value of cultural heritage. The project is among the winners of the 2012 initiative: "I love Cultural Heritage: call for proposals for the valorization of cultural heritage" organized by the Institute of Cultural Heritage of the Region Emilia Romagna. The next edition will involve five more schools in the provinces of Modena, Finale Emilia and Sassuolo.

Adriana Bisirri, Scuola Superiore per Mediatori Linguistici, *Mediazione con il Patrimonio Culturale*

Quando inizio la lezione di *Italian Art and Culture* il primo giorno chiedo se hanno letto il libro di Dan Brown "Angeli e Demoni" o se hanno visto il film ambientato a Roma "Conoscete dove è la cappella Chigi?" le risposte sono quasi sempre negative.

A Roma e in Italia oggi tutti noi abbiamo un'opportunità che non possiamo lasciarci sfuggire, abbiamo la possibilità di farci conoscere a livello globale, la possibilità di rivivere un periodo d'oro, di ritornare ad essere capitale dell'impero; l'impero da conquistare oggi è diverso e va conquistato con armi diverse.

Le parole d'ordine sono rete (intesa come rete internet e come network che deve necessariamente comprendere società civile, amministrazione pubblica, attori culturali ed economici) e geolocalizzazione, intesa come promozione del territorio tutto attraverso strumenti e concetti innovativi, promozione globale del locale.

Se vogliamo diventare capitale della cultura non solo a parole ma di fatto dobbiamo saper comunicare il nostro patrimonio e vissuto culturale a 360 gradi e per farlo oggi è indispensabile anche l'utilizzo di mezzi all'avanguardia. Dobbiamo essere su internet con soluzioni attraenti e coinvolgenti per instaurare il primo contatto con il visitatore, e nello stesso tempo creare sul territorio dispositivi *user-friendly* che arricchiscano l'esperienza del visitatore, dobbiamo interpretare le sue esigenze e rispondere alle sue domande.

Se oggi, e sempre più in futuro, vogliamo affascinare, appassionare e fare innamorare di noi, occorre che ci dotiamo di linguaggi e strumenti per farci ricordare, *taggare* ed entrare nelle case come amico di cui parlare agli amici. Abbiamo invidiabili primati storici, artistici, culturali ... ma ora è necessario essere un po' più *business-oriented* e trasformarli in veri e propri vantaggi competitivi per vincere la sfida con le altre città europee o mondiali.

E, soprattutto per il nostro bene, dobbiamo immaginare un sistema economico che ponga al centro la "cultura", con la consapevolezza di tutti noi italiani che cultura non vuol dire solo patrimonio artistico e beni culturali, eventi e spettacoli. Cultura è anche stile di vita, insieme di valori. In questo senso è importante che questo progetto sia partecipato, perché solo così potrà risultare rilevante per il nostro territorio e attraente per chi viene da fuori.

Infine non dimentichiamoci che la sfida che abbiamo accettato presuppone l'idea di mettersi in gioco con uno sguardo aperto alla dimensione europea; evidenziamo quindi gli aspetti identitari della nostra cultura, quelli che più concorrono a creare la nostra "peculiarità". Impariamo dagli altri, vicini e lontani, a parlare (in maniera fluente) almeno una lingua straniera; ad allestire sale d'aspetto accoglienti e funzionali nelle stazioni ferroviarie, a valorizzare ed integrare con il centro città gli sbocchi sull'acqua, a creare tutti i presupposti logistici per essere raggiunti in tempi rapidi, ad accogliere il turista crocieristico anche nei week-end...

Andando più nel concreto delle idee progettuali, io, ovviamente per deformazione professionale, credo molto nell'utilizzo delle nuove tecnologie al servizio dei beni culturali (sia a fini conservativi, che promozionali, comunicativi, divulgativi) e mi auguro che Roma Capitale possa essere una buona occasione per sdoganare questi mezzi, per accreditarli maggiormente nell'ambito del patrimonio artistico culturale e per creare quella sana e necessaria sinergia tra offerta turistico-ricettiva e fruizione delle bellezze artistico-culturali.

Utilizzare dispositivi e applicativi al passo coi tempi per veicolare contenuti relativi a musei, spazi espositivi, centri storici, biblioteche, teatri ma anche ristoranti e strutture ricettive, è anche il modo più naturale e sensato oggi per avvicinare e interessare le nuove generazioni di nativi digitali. Non sono mai stata supporter dell'impiego della tecnologia ovunque e comunque, ma nel caso della cultura e della divulgazione, i vantaggi offerti sono indubbi.

Tornando alla domanda iniziale: Roma Capitale Europea della Cultura è presentata in Libri alla Dan Brown o in film di successo come "Vacanze Romane" o la "Dolce Vita" o tanti altri è utile? Oggi come oggi può darsi anche che lo sia, ma che male c'è? Si sa che molte delle bizzarrie trovate dagli autori anni Cinquanta del genere sono poi state realizzate in anni più o meno recenti... quindi ben vengano idee fantascientifiche o culturali e di marketing... del resto una vision deve sempre essere qualcosa di distante da noi, un punto lontano verso cui tendere per migliorare, più lunga è questa distanza più complicato il cammino, e più puntuale e precisa la strategia da implementare. Più lunga è questa distanza, e più ambizioso è il progetto e Roma e l'Italia oggi più che mai di questo ha bisogno... di un progetto ambizioso in cui credere insieme...

At the beginning of the "Italian Art and Culture" course, on the very first day, I ask my students if they have ever read Dan Brown's book "Angels and Demons" or if they have ever seen the movie set in Rome. "Do you know where the Chigi Chapel is?" They hardly ever answer.

We all have a unique opportunity here in Rome and in Italy today: we can be known at global level, return to the golden age and once again we can be the capital of the Empire; this empire, though, today is different and should therefore be conquered with different tools.

The keywords are network (that is, using Internet to inform on all aspects relevant to civil society, public administration and the cultural and economic actors) and geolocation, which refers to the promotion of the region; all this has to be achieved through innovative tools and concepts as well as through global promotion of the region.

If we want to become the capital of culture, not only on paper but with facts, we must be able to make our cultural heritage and experience known at 360 degrees, also through modern technology. In order to establish the first contact with visitors, we have to be present on the net with engaging and attractive solutions, as well as creating user-friendly devices that enrich the visitor's experience in the region; we must understand visitors' needs and be able to fulfill them.

If today and increasingly in the future, we want to fascinate, excite and attract, among other tools we must use languages, so to make us remembered, tagged and known by word of mouth. We boast historical, artistic and cultural

records... now, though, in order to challenge other cities in Europe and worldwide we need a more business-oriented approach and a more competitive attitude.

And, above all, it's important to imagine an economic system that places "culture" at its center, Italians must understand that culture does not mean only artistic and cultural heritage, events and shows. Culture is also a lifestyle, a set of values. It is, therefore, important that we all work together in order to attract those coming to visit our region.

We must remember that this goal can be achieved if we work together and our actions are in line with the European dimension and by highlighting features of our cultural identity, that is, what makes us "unique". It's important to learn from others, those near and far from us. We should speak (fluently) at least one foreign language, set up cozy waiting rooms and functional railway stations, enhance the city center and facilitate the access to the sea, meet all logistic requirements needed to be easily reached, work, even on weekend, in order to provide a good service to the tourists on cruises....

In order to achieve this, maybe due to my professional background, I really believe that new technologies serve cultural heritage (storing information, promoting, communicating and informing). I hope that Roma Capitale can represent an opportunity to unlock and further employ technology in favor of our artistic and cultural heritage, and to create a healthy and necessary synergy between the services offered and the enjoyment of our artistic and cultural beauties.

The use of up to date devices and applications to convey contents relevant to museums, exhibitions, historical sites, libraries, theaters as well as restaurants and accommodation facilities, it is the most natural and sensible way to attract the new generations born in the digital era. I have never approved the use of technology anywhere and everywhere, but I clearly see how culture and communication can benefit from it.

Going back to the original question: Do books like Dan Brown's or films such as "Roman Holiday", "Dolce Vita" or many others help Rome, the European Capital of Culture? Nowadays it may be, is it that wrong? It's common knowledge that many authors' bizarre ideas from the fifties are still inspiring authors today.... therefore, I welcome fictional or cultural ideas as well as new marketing strategies...besides, a vision must always be something distant, something we are drawn by to improve ourselves, the bigger this distance, the harder the path, the more precise and accurate the strategy to implement. The bigger the distance, the more ambitious the project. Rome and Italy, today more than ever, need exactly this... a common ambitious project...

Carla Braga, ESHTe Portugal, *Patrimonio Italiano a Lisbona nelle visite guidate*

Lisbona è una città molto ricca per quanto riguarda la storia ed i monumenti. Molti di essi furono realizzati da Italiani e Lisbona possiede un enorme patrimonio culturale italiano. Poiché i turisti italiani sono affascinati dalla ricchezza culturale, Lisbona ha molto da offrire loro, in quanto vi è un forte legame storico e culturale tra i due Paesi, che merita di essere scoperto. E' stato creato a Lisbona un itinerario alternativo per turisti italiani, basato sul legame culturale tra l'Italia e Lisbona, che l'autrice ha scoperto durante il suo dottorato in discipline umanistiche. Per il suddetto itinerario, l'autrice ha scelto molti monumenti costruiti da Italiani nel corso dei secoli. In questo modo, l'autrice ha potuto ridefinire la storia italiana a Lisbona nel corso dei secoli, una storia che oggi può essere mostrata ai turisti italiani. L'autrice ha condotto varie visite guidate per gruppi italiani, seguendo l'itinerario italiano a Lisbona. A seguito di queste visite guidate, alcuni questionari sono stati sottoposti ai turisti, per verificare se queste visite fossero state di loro gradimento. Questa presentazione mostra i risultati di alcune analisi, tra cui: le risposte ai questionari fornite dai turisti italiani, nonché il modo in cui altre guide, che lavorano con turisti italiani, hanno accolto l'idea di ampliare le loro visite guidate all'interno di Lisbona, con l'obiettivo di trasmettere questa conoscenza del patrimonio italiano a Lisbona ai turisti italiani. Il testo è suddiviso nelle seguenti parti: introduzione, presentazione dell'itinerario culturale italiano a Lisbona, presentazione dei risultati ottenuti dalle risposte degli Italiani ai questionari e partecipazione delle guide turistiche lisbonesi al progetto di presentare questa eredità ai turisti italiani, considerazioni finali.

Lisbon is a very rich city as far as history and monuments are concerned. Several of these monuments were made by Italians and Lisbon owns an enormous Italian cultural heritage.

Since Italian tourists are attracted by cultural heritages, Lisbon has much to offer to Italian tourists because there is a huge historic and cultural link between the two countries still to be discovered.

It has been created an alternative itinerary in Lisbon for Italian tourists, based on Lisbon's Italian cultural legacy, which the author discovered during her PHD research.

For this aforementioned itinerary, the author chose many monuments built by Italians over the centuries. In this way, she was able to rewrite the Italian space in Lisbon over the centuries, that can be now shown to Italian tourists.

She made several guided tours for Italian groups, following this Italian itinerary, in Lisbon. After these guided tours, some questionnaires were given to the tourists, in order to discover if these visits were really appreciated by them.

This presentation shows the results of several analyses such as: the answers to the questionnaires, given by the Italian tourists as well as the way the other tour guides, which work with Italian tourists, received the idea of enriching their guided tours in Lisbon with the aim of conveying this knowledge of Lisbon's Italian heritage to Italian tourists.

This text is divided into the following parts: introduction, presentation of the Cultural Italian itinerary in Lisbon, presentation of the results from the answers the Italian tourists gave to the questionnaires and the participation of Lisbon's tour guides to show this legacy to the Italian tourists, as well as the final considerations.

Fabio Carbone, Carlos Costa, Universidade de Aveiro, *The degree of involvement of local communities as an indicator of quality in communicating Cultural Heritage*

La capacità di “raccontare una storia” attraverso il patrimonio culturale rappresenta un valore aggiunto per il territorio di una regione. La comunicazione, nell’ambito dei beni culturali, è un elemento estremamente importante: da un lato, garantisce una trasmissione efficace dei contenuti ai suoi fruitori, rispondendo agli imperativi etici di chi studia il patrimonio archeologico e culturale in genere (ossia, trasmettere i contenuti studiati alla società); dall’altro, dal punto di vista del turismo, ha la capacità di differenziare l’offerta turistico-culturale: sempre più spesso, per esempio, i musei ricevono attenzioni da parte dei mass-media non tanto per le collezioni in se, ma per i metodi innovativi di comunicazione con il pubblico. Quindi, anche la valutazione della qualità di un elemento tanto importante come quello della comunicazione, assume a sua volta un ruolo decisivo nell’assicurare la migliore gestione dei beni (come, per altro, l’HERITY già da tempo riconosce).

In questo ambito, il nostro studio ci porta ad aggiungere che, in nome dei principi etici della ricerca e valorizzazione del patrimonio culturale (dettati da organizzazioni quali UNESCO, ICOMOS e Organizzazione Mondiale del Turismo) e in nome dei principi della sostenibilità, gli indicatori della qualità della comunicazione dovrebbero tener conto non solo del “come” ma anche del “a chi” vengono trasmessi i contenuti dei beni culturali. L’imperativo etico del coinvolgimento della popolazione locale si traduce in benefici concreti a breve e a lungo termine: lo sviluppo socio-culturale ed economico locale; la garanzia di una più soddisfacente e completa offerta turistica; la minimizzazione degli effetti sociali “indesiderati” dello sviluppo turistico, nonché la massimizzazione degli impatti positivi; un incontro socialmente e culturalmente più proficuo tra i turisti e le popolazioni visitate. Queste ultime rappresentano l’elemento costitutivo e vivo della cultura che caratterizza un territorio/destinazione, e a queste, in primis, è necessario comunicare adeguatamente i contenuti e l’importanza dei beni culturali presenti sul territorio.

The ability to “tell a story” through the cultural heritage is a recognized added value for a region. The communication within the cultural heritage is an extremely important dimension: on the one hand, it ensures efficient transmission of the cultural content - in response to the ethical imperatives of those who study the archaeological and, generally speaking, cultural heritage (that is, to transmit the contents studied to the society), and on the other hand, from a tourism point of view, it has the ability to differentiate the cultural-touristic offer. More and more often museums, for example, receive attention by the media not so much for the collection itself, but for the innovative methods of communication with the public. Thus, also the assessment of the quality of such an important dimension – communication – assumes a decisive role to ensure the best possible forms of asset management (as, in fact, HERITY has already recognized).

In this context, our study leads us add, that in the name of ethical principles of research and cultural heritage valorization (proposed by organizations such as UNESCO, ICOMOS and the World Tourism Organization) and in the name of the principles of sustainability, among the indicators of quality of communication one should take into account not only “how” but also “to whom” the cultural contents of heritage are transmitted. The ethical obligation of involving the local community is translated into concrete benefits in the short and long run by contributing to the socio-cultural and economic development of local populations, guaranteeing a more satisfactory and comprehensive touristic offer, minimizing the negative effects of tourism and optimizing the positive ones; by triggering a more beneficial encounter, socially and culturally speaking, between tourists and local populations. The locals are, in fact, the most representative and concrete element of the culture that characterizes a region/destination, therefore it is absolutely necessary to adequately communicate and inform them about the content and the importance of cultural heritage in the area.

Paulo Carvalho, Vitor Ferreira, Universidade de Coimbra, *Cultural Heritage and Communication strategies adopted by public bodies in Coimbra: visiting and be visited*

Negli ultimi tempi il concetto di Patrimonio Culturale ha attraversato un'evoluzione costante, acquisendo una nuova centralità nel dominio delle scienze sociali. La centralità, che prima si situava nel dominio della preservazione e conservazione del Patrimonio è, in questo momento, frutto di ciò che alcuni autori chiamano "triplice estensione del concetto": tipologica, cronologica e geografica, estendibile ad aree un tempo inesistenti, svolgendo il ruolo che la società contemporanea adopera per il concetto e, di conseguenza, cambiando la prospettiva d'uso che i vari addetti al patrimonio conferiscono lui.

Prospettiva, quest'ultima, che ha iniziato a includere questioni di diverso tipo. Gli addetti al patrimonio si occupano, infatti, dei vari modi di preservazione e promozione del patrimonio e del suo sostentamento, conciliando il tutto con le esigenze della comunità che abita lo spazio patrimoniale.

La concezione contemporanea di Patrimonio Culturale è favorevole alla partecipazione dei cittadini e tende a essere accompagnata da politiche che minimizzano le intervenzioni degli enti istituzionali per il recupero degli elementi patrimoniali. Per rendere attuabile questa strategia è fondamentale che sia sorretta da una politica di sviluppo del patrimonio capace di attrarre visitatori e rispettando, al tempo stesso, le esigenze del patrimonio, non isolando la comunità, distruggendo così la sua identità.

La città e l'Università di Coimbra hanno di recente presentato la propria candidatura a Patrimonio dell'Umanità ed è urgente che sia eseguito uno studio che spieghi i modi in cui la comunicazione è elaborata in questo contesto, così come i modi in cui la comunità è coinvolta per la promozione dei diversi elementi patrimoniali.

La presente comunicazione ha come obiettivo analizzare i modi in cui le istituzioni responsabili per la divulgazione del Patrimonio Culturale della città di Coimbra (nazionali, regionali e locali) operano e attraverso l'uso di quali strumenti.

Pur essendo un'area prioritaria di azione politica, scarseggiano a tutt'oggi studi simili a ciò che si propone in questa comunicazione. Con questo articolo, infatti, si pretende caratterizzare e tracciare, attraverso la revisione della letteratura e attraverso interviste semi-strutturate, l'evolversi delle strategie riguardanti il Patrimonio Culturale nella città di Coimbra. Come risultato previo è possibile constatare che gli agenti istituzionali nazionali regionali o locali non adottano una strategia unica, per ciò che ha a che vedere con la divulgazione del patrimonio culturale. La comunità che vive nel Patrimonio, inoltre, ignora completamente le strategie comunicative adottate.

Le strategie di comunicazione e divulgazione scelte negli ultimi anni, infatti, si dimostrano incostanti e incoscienti a proposito delle priorità stabilite dai diversi enti che si occupano di patrimonio e, inoltre, differiscono da ciò che dovrebbe essere considerata una adeguata strategia di comunicazione e di gestione dei beni patrimoniali.

The concept of cultural heritage, that in recent years has constantly evolved, is now a central theme for social sciences and its relevance, that used to concern preservation and conservation of cultural heritage, is currently the result of what some authors call "the triple extension of the concept": typological, chronological and geographical extension that can be extended up to previously unknown fields changing the perspective adopted by people who are in charge of cultural heritage. According to this perspective, these people work on different ways of preserving and promoting this heritage and on its maintenance trying to take into consideration the needs of the community. The current conception of cultural heritage is in favour of citizen participation and tends to consider policies that minimize institutional authorities participation in cultural heritage recovery. This strategy has to be supported by a heritage development policy that has to be able to attract tourists respecting, at the same time, heritage needs without isolating community and destroying its identity. The city and University of Coimbra recently put themselves forward as candidates for World Heritage and a study is required to explain how the communication is established, and the way community is involved in the promotion of different elements of cultural heritage. The aim of this communication is to analyze how institutional authorities in charge of cultural heritage divulgation of the city of Coimbra (national, regional and local authorities) work. There are not many studies linked to this kind of communication, even if it actually concerns political commitment. This article aim is to focus on and define strategies development regarding the cultural heritage in the city of Coimbra by means of semi-structured interviews. National, regional or local institutional authorities do not actually adopt only one strategy concerning cultural heritage divulgation. The community that lives in the heritage, in addition, does not know what kind of communication strategy is adopted. Communication and divulgation strategies which were chosen recently are inconstant and are not aware of priorities different authorities set and, in addition, are different in relation to what should be considered as an appropriate strategy of communication and management of cultural heritage.

Maddalena Coccagna, Università di Ferrara, *Promoting Safety, Accessibility and Health in restoring and re-using our Cultural Heritage*

I beni culturali sono una parte consistente delle nostre città e territori, tuttavia vengono amministrati abitualmente come fossero a sé stanti rispetto alle modalità e alle regole di gestione comunemente applicate sia al paesaggio o all'ambiente costruito sia agli attuali stili e modalità di vita. Questo comportamento ha finito per conformare in modo sbagliato le politiche di tutela del patrimonio e lo stesso approccio tecnico al restauro ed al riuso di questi beni, congelati nella loro "immagine" anziché inseriti nel proprio contesto, confondendo la salvaguardia con un approccio difensivo da ogni possibile rischio ma anche da ogni possibile beneficio. A causa di ciò è stata via via compromessa l'integrazione del patrimonio culturale in una più ampia pianificazione turistica, in metodi di gestione efficaci e in politiche di tutela sostenibili.

Oggi rafforzare le competenze dei tecnici pubblici e privati, soprattutto valorizzando i temi chiave della salute e della sicurezza, non solo può consentire di migliorare la protezione del patrimonio (agendo sui rischi, gestendo correttamente i cantieri, studiando nuovi materiali e strumenti), ma anche di rendere il patrimonio culturale realmente accessibile e attraente per tutti.

Occorre quindi promuovere metodi di manutenzione, gestione e riutilizzo del patrimonio architettonico che siano rispettosi ma anche efficaci. Questo cambiamento deve conformare anche il modo di comunicare con i tecnici, le imprese e gli stessi cittadini, fornendo le informazioni necessarie a tutte le parti interessate in modo trasversale e non solo specialistico. Non basta tenere conto dei regolamenti, ma occorre coinvolgere le persone in un progetto comune di valorizzazione del nostro patrimonio culturale.

Cultural heritage represents a huge part of our cities and territories, but is usually handled as though it were detached with respects to procedures and management rules commonly applied to both the landscape and the structural environment of current styles and ways of living. This behaviour affected in a wrong way both our political policies and technical approaches to restore and reuse the heritage, freezing them in their "appearance" instead of placing them in their own context, confusing protection with a defensive approach from any risk, but also from any possible benefit. Because of this, little by little, the integration of cultural heritage was compromised in a broader tourism plan, according to methods of effective management and sustainable protection policies.

Strengthening the skills of both public and private technicians, especially if focusing towards the key issues of health and safety, not only contributes to improve the protection of the heritage (acting on risks, properly managing the building sites, studying new materials and tools) but also it can make these assets more accessible and attractive for everyone.

It is important to promote a respectful but effective maintenance, management and reuse of architectural heritage. This approach has to change the way we communicate with technicians, firms and citizens, providing all the necessary information to stakeholders in a transversal and specialized. Following the Codes is not enough, but we need to involve people in a common project to valorise our cultural heritage.

Jefferson Crescencio Neri, Instituto Terra Terra e Memória, *Identity, History and Heritage in the Maroon Territory of Baixo Parnaíba Region, Maranhão, Brasil*

Considerata come un sistema di pratiche culturali ed ambientali strettamente interconnesse, la protezione della "comunità locale" in stretto rapporto con la biodiversità, deriva dal 22° Principio dell'ECO 92. Una diversità di sistemi culturali che definiscono le proprie regole e la territorialità e che si basa sulla propria identità, viene protetta dalla Dichiarazione sulla Diversità Culturale del 2002. Il diritto al risarcimento per l'uso industriale del patrimonio tradizionale, stabilito dalla CBD, ovvero la Convenzione sulla Diversità Biologica, sostiene la tutela del patrimonio tradizionale. Tuttavia, il patrimonio tradizionale perde di significato se scisso dai concetti di identità e territorialità e considerato unicamente per il suo valore intrinseco, come un bene industriale o come una competenza tecnica. Tra le comunità locali brasiliane, solo i pochi gruppi indigeni superstiti e le comunità Maroon si sono visti assegnare una protezione speciale. Le comunità Maroon sono il risultato della lotta africana contro la schiavitù: si tratta di schiavi o neri liberi con proprietà e territorialità laiche, basate su discendenza e strategie di uso comune. La loro tutela etnica e culturale è definita negli articoli 215 e 216 della Costituzione. Comprendendo come questi processi etnici siano dinamici, come la sostenibilità venga integrata a misure che rafforzano e ravvivano memoria ed identità, in stretto legame con sviluppo e diritti umani, si capirà che queste sono le loro garanzie culturali. In questo senso, vogliamo sottoporvi i metodi di gestione della comunità teorizzati nella nostra tesi guida ed applicati nei territori brasiliani dei Maroon "Saco das Almas", Brejo e Maranhão, metodi che coinvolgono i residenti e formano delle abilità comunitarie, che risultano nella esposizione museografica della storia e cultura locale, nonché delle loro forme culturali recuperate. Comprendendo l'importanza del patrimonio culturale per rivitalizzare queste aree, verrà proposto un progetto per costruire centri dedicati al patrimonio comune, integrati con una rete di centri per il patrimonio a livello mondiale, con l'obiettivo di facilitare l'integrazione delle stesse aree nel turismo e nello sviluppo sostenibile e la diffusione del loro patrimonio culturale.

As a system of closely related cultural and environmental practices, the protection of "local community" in close relationship with biodiversity, arises from the 22nd Principle of the ECO 92. A diversity of cultural systems, that establish their own rules and territoriality, based on their identity, is protected by the Declaration on Cultural Diversity 2002. The right to compensation for industrial use of traditional knowledge, given by the Convention on Biological Diversity – CBD, reinforces the protection of traditional knowledge. However, traditional knowledge loses its meaning if set apart from identity and territoriality or assessed only for its intrinsic value, as an industrial good or as technical knowledge. In Brazil, among the local communities, only the few remaining indigenous groups and Maroon Communities have been given special protection. Maroon Communities are the result of African resistance to slavery: descendants of slaves or free blacks in secular possession and territoriality, based on ancestry and strategies of common use. Their ethnic and cultural protection is defined in the arts. 215 and 216 of the Constitution. By understanding that these are dynamic ethnic processes, that sustainability is integrated to measures that strengthen and value memory and identity, in dialogue with development and human rights, these are their cultural warranties. In this sense, we want to present the methods of Community cultural management, theorized in our master thesis and applied in the Brazilian Maroon territory "Saco das Almas", Brejo, Maranhão, involving the residents and building community capacity, resulting in a museological exhibition of local history, culture and rescued cultural expressions. Understanding the importance of cultural heritage to revitalize these areas, a project will be proposed to build community heritage centers, integrated to a network of heritage centers around the world, in order to enable the integration of these areas with tourism and sustainable development and to communicate their cultural heritage.

Ana Celeste Glória, Universidade Nova de Lisboa, *Casa da Pesca: a 18th Century noble leisure facility at risk & a case study on Heritage communication*

In Portogallo, i casi di patrimonio culturale a rischio sono segnalati da associazioni civiche, media e studiosi mediante articoli, libri e lavori accademici, come tesi di master e di dottorato. Obiettivo comune è quello di far riflettere sull'importanza di tale patrimonio e garantirne il restauro, il recupero e la conservazione.

Un esempio è costituito dall'oggetto della mia tesi di master sul Patrimonio artistico intitolata *Casa da Pesca: proposta di valorizzazione e restauro*.

La Casa da Pesca è un complesso ricreativo integrata nella *Quinta de Recreio dos Morqueses de Pombal*, a Oeiras, appena fuori Lisbona, rappresentativa dell'arte e dell'architettura portoghese di spazi ricreativi all'aperto del XVIII secolo. La struttura ha cambiato proprietario diverse volte nel corso degli anni. L'attuale proprietario ha adibito la maggior parte dei terreni ad uso agricolo, trascurando la Casa stessa e altre strutture di grande valore artistico e architettonico. Dal 1980 il complesso versa in uno stato di abbandono e di degrado che lascia presagire l'imminente rovina delle sue componenti: casa, giardino, cascata e cisterna. Alla luce di questa situazione, la mia tesi ha presentato un progetto di ricerca sul piano storico e artistico volto a dimostrare l'importanza dell'edificio, proponendo diverse misure per il restauro e la conservazione. Obiettivo finale è stato quello di portare questo caso non solo all'attenzione del proprietario e dell'istituto preposto alla tutela del patrimonio culturale portoghese (IGESPAR), ma anche della comunità, vero erede di questo bene. Questo studio analitico vuole inoltre riflettere sull'efficacia delle strategie di comunicazione degli studi accademici per quanto riguarda il patrimonio culturale, dal momento che, raggiungendo l'opinione pubblica attraverso i media, essi possono generare lo slancio necessario a garantire che le iniziative di restauro e di conservazione vengano messe in atto.

In Portugal most of the cultural heritage at risk is brought to light by civic association, the media and researchers through articles, books and academic works like master and doctoral thesis. Their main purpose is to raise awareness on the country's heritage value and to secure its restoration, rehabilitation and conservation.

An example of this tendency, would be my master thesis on Artistic Heritage entitled Casa da Pesca: proposta de valorização e recuperação (The Fishing Lodge: heritage improvement and restoration proposal).

Casa da Pesca is a recreational facility located in Quinta de Recreio dos Morqueses de Pombal in Oeiras, just outside Lisbon, which is a great example of the art and architecture of 18th century Portuguese pleasure gardens.

The property had several owners throughout its history. Under the current owner, the area is mostly being used as arable land, causing the Lodge itself and other buildings of heritage value to be isolated and forgotten. Since 1980 the site remained neglected, resulting in the current state of imminent ruin of its artistic and architectural components – house, garden, waterfall and tank.

Given the situation, my thesis presented a historical and artistic research project demonstrating the cultural importance of the monument, proposing at the same time several measures aimed at its future restoration and conservation. this Work's ultimate goal was to bring this case not only to the attention of the owner and the Portuguese cultural heritage institute (IGESPAR), but also to the community, the true heir of this important heritage.

This case study aims at reflecting on the importance of effective communication in academic studies on cultural heritage, which may generate the momentum necessary to ensure restoration and conservation measures, by reaching the wider community through the media.

Valentina Grippo, Comune di Roma, *Promozione culturale e Enti Locali: nuovi modelli*

Obiettivo dell'intervento è quello di mostrare, attraverso l'esempio del Municipio Roma 3, quali siano i modelli verso i quali si può affermare l'intervento degli enti locali di prossimità in un'epoca di crisi economica e scarsità di risorse, nonché di frammentazione degli interventi, nell'ambito della promozione culturale. Il programma del Municipio Roma III è incentrato sull'obiettivo di affiancare alla pianificazione culturale cittadina eventi ed iniziative volte a valorizzare la cultura nel quotidiano: l'intento è quello di realizzare una pianificazione che consenta alla cultura di essere parte della vita di ogni giorno dei cittadini che dovranno essere informati e partecipi degli eventi programmati, conoscere gli appuntamenti fissi, i luoghi della cultura e le iniziative estemporanee, al fine di proporre una visione unificata delle iniziative organizzate sul territorio non solo dal Municipio ma anche da altri enti pubblici e privati. Questo lavoro consente di raggiungere una serie di obiettivi ulteriori quali: una più omogenea distribuzione delle iniziative nello spazio e nel tempo, la possibilità di informare i cittadini degli eventi culturali con un giusto anticipo e il contributo a problematiche di ordine pubblico e degrado di alcune aree del territorio attraverso la restituzione ai residenti di tutti i quartieri del Municipio. Si è inoltre creato un Tavolo partecipato degli operatori culturali e degli artisti del territorio e si sono avviate convenzioni per la programmazione integrata degli eventi del territorio che vede coinvolte le biblioteche, le scuole, gli artisti, le associazioni, le gallerie, i cinema, i teatri e le altre istituzioni culturali.

Il metodo che si intende perseguire è incentrato, su due aspetti che si ritengono critici: pianificazione e informazione.

Tale impostazione prende atto del declino delle forme di pianificazione unilaterale (c.d. "calate dall'alto") e, in positivo, registra l'inizio di forme partecipative di definizione delle politiche culturali. I limiti degli strumenti tradizionali di programmazione e pianificazione, infatti, hanno ritardato se non ostacolato la comprensione della complessità dei problemi e hanno impedito di interpretare il cambiamento continuo che interessa il mondo della cultura. Pertanto, per sopperire a tale esigenza si è cercato per quanto possibile di raccogliere idee e proposte provenienti dalle diverse realtà del territorio (Istituzioni scolastiche, enti, CC.SS.AA., associazioni, altro).

L'esigenza specifica fa invece riferimento al mutato rapporto fra la domanda e l'offerta di cultura: è cambiata la domanda, cioè è cambiato anche l'utente, che è sempre più preparato, esigente, formato, capace di scegliere e che, soprattutto, non accetta più la mediocrità specie se proveniente dall'ente o istituzione pubblica. E' cambiata l'offerta, nel senso che si va consolidando un'offerta culturale molto densa, qualitativamente valida e differenziata.

Per tali motivi si intende consolidare il modello seguito nell'anno precedente alla luce dell'importanza delle relazioni fra soggetti produttori o promotori di cultura, con l'obiettivo di regolare e armonizzare reti di relazioni, assumendo un punto di vista più ampio che tenga conto di almeno tre aspetti:

- quello della partecipazione, cioè della definizione condivisa dei problemi, delle soluzioni e delle responsabilità fra i titolari e promotori di interessi culturali ed i portatori delle relative competenze;
- quello di uno sguardo a tutto campo che vada oltre una prospettiva cronologicamente circoscritta;
- quello del territorio, che consideri e valorizzi le differenze e le specificità degli ambiti cittadini, ma nello stesso tempo non rimanga chiuso nel "vestito stretto" del perimetro amministrativo del municipio.

The main purpose of this speech is showing the best planning approaches that local public bodies should follow in order to promote culture, along with the example of the Municipio Roma III (3rd district of Rome), in a time of economic crisis and lack of means, as well as fragmented intervention. The programme of the Municipio Roma III concerns combining the city cultural plan with events promoting culture in everyday life. The aim is that of making plans which shall make culture part of citizens daily life. Citizens shall be informed about and involved in scheduled or permanent events, cultural places and initiatives, with the aim of developing a collective planning approach regarding initiatives organised by both the district administrative centre and other public and private bodies. This approach is conceived to achieve several other purposes: more balanced distribution of initiative in space and time, informing citizens in time about cultural events, solving public problems concerning urban decay and letting citizens be actively involved in issues concerning their district.

Artists and promoters of culture have joined their efforts into developing collective local initiatives involving libraries, schools, artists, associations, galleries, cinemas, theatres and other cultural institutions. The planning approach is based on two crucial aspects: planning and information. This new approach has been developed as a result of the ailing one-sided planning systems (the so called top-down planning) and requires cultural policies to be defined by means of participative planning. In fact, the limits of traditional scheduling and planning means have prevented people from fully understanding and interpreting the complexity of existing problems and the fact that culture is undergoing a continuous transformation. Therefore, in order to satisfy this need, all the ideas of local cultural institutions (schools, authorities, administrative centres, associations, etc.) have been taken into consideration.

There is also a specific need which refers to the changed relationship between demand and supply in culture. The demand has changed, that is to say, the consumer has changed, for he/she is ever more prepared, demanding, trained, discerning and, above all, against mediocre services, especially when provided by public authorities and institutions. The supply has changed as well, that is to say, there has been a diffusion of a rich, varied and high quality cultural supply.

For these reasons it is important to follow a collective planning approach which may take into account the relationships between artists and promoters of culture, as well as regulate and harmonise these relationships through a wider view including at least three aspects:

- *participation, that is, collective identification of problems, solutions and responsibilities among promoters of culture and experts in the field;*
- *360-degree view of the situation which have to go beyond chronological restrictions;*
- *territory, that is, considering and enhancing differences and specificities among citizens, but at the same time taking into account also what is outside of the city district.*

Massimo Marnetto, Associazione Civico 17, *Arte e integrazione, fruizione sociale dei musei: il caso di Civico 17*

L'arte può aiutare l'integrazione?

La risposta è sì, anche se questa storia inizia con un fallimento.

Tre anni fa, la nostra associazione di quartiere decide di impegnarsi a favore dei migranti più poveri. Pensiamo che insegnare l'italiano sia la cosa più utile per loro.

Così, organizziamo un corso, ma dopo due lezioni, non viene più nessuno.

Allora chiediamo ad una nostra amica che aiuta ragazze madri extracomunitarie di domandare loro cosa preferirebbero ricevere da noi.

La risposta ci spiazza completamente: "vedere i musei con qualcuno che ci spieghi le cose". Ci mettiamo subito al lavoro. Tra i nostri soci c'è un professore di storia dell'arte, molto bravo nel comunicare e anche lui extra-comunitario: Michael Brouse, americano e da molti anni a Roma.

Iniziamo così a far visitare alle mamme Castel Sant'Angelo e poi i Musei Vaticani. Chiediamo ed otteniamo i biglietti gratuiti i Musei Vaticani – per non far stancare i bambini e le mamme nelle lunghe file di ingresso - ci concedono anche il permesso per entrare dalla porta degli ospiti.

Così, capita spesso che il nostro allegro gruppo di mamme di tutte le etnie - con le carrozzine e i bambini - si trovi ad entrare insieme a compassate delegazioni diplomatiche.

Recentemente, abbiamo accompagnato a Castel Sant'Angelo anche un gruppo di "senza casa" accuditi dall'Associazione "Binario 95" che offre ospitalità e recupero a chi dorme alla stazione ferroviaria e all'uscita sono stati tutti entusiasti per la bellezza che avevano visto e capito.

Le ragazze madri extracomunitarie, i nuovi poveri emarginati dalla crisi, tutti hanno ricevuto qualcosa di speciale visitando i musei: la dignità.

Offrire cultura, bellezza, storia significa infatti considerare chi ascolta "degno" di tanto valore. E per alcuni, è stata la prima volta che hanno provato questa profonda emozione.

"Io mi dicevo sempre – mi ha detto l'anziana peruviana mentre si riposava durante la visita ai Musei Vaticani – che prima di morire avrei visto la Cappella Sistina. Oggi sono felice".

Di quella donna mi ricordo il viso.

The answer is yes, even if this particular example began as the result of a flop.

Three years ago our volunteer group decided it wanted to initiate an activity that would help poorer immigrants. To most of us, it seemed that offering Italian language courses would be the best way to help them. So, we created a course and, after the first two lessons, nobody showed up.

So, we asked a friend, who works with single, immigrant mothers, to ask the women themselves what activity they would most like us to provide for them. We were dumbfounded by the answer. What they most wanted was to "visit a museum with someone who could explain things" to them. We set to work. One of the members of the group is a history teacher, a good communicator and an immigrant himself. Michael Brouse is originally from the United States but has lived for many years in Rome.

So, we began organizing visits to the Vatican Museums and to Castel Sant'Angelo for immigrant workers who were also mothers. At our request, the Vatican Museums offered us free entrance and, to avoid tiring out the mothers and their kids in the long entrance lines, the Museums gave us permission to enter through the guests entrance. Ironically, it is not infrequent that our multi-ethnic group of cheery mothers, along with the strollers and kids, ended up using the guest entrance at the same time as various diplomatic delegations.

Just recently, we took to Castel Sant'Angelo a group of "homeless", whose daily needs are provided for by the association "Binario 95" (Track 95). "Binario 95" offers hospitality to the homeless who live and sleep in the train station and helps them reintegrate into society. On leaving the museum, the participants were enthusiastic and appreciative of what they had seen and learned.

Both the immigrant mothers and the new poor, created by the economic crisis, received something special on the guided visits – dignity. Offering beauty, culture and history means that we consider the people who participate worthy of these important values. For many of the participant, it was the first time that they had ever experienced that feeling of worthiness.

"I have always said to myself", an old Peruvian woman told me while resting for a second during one of the visits to the Vatican Museums, that "I have to see the Vatican Museums before I die. I am so happy today." I still have a vivid recollection of the woman's face.

Teresa Villani, Sapienza Università di Roma, *I sistemi di comunicazione negli edifici storici per una utenza ampliata*

Analizzare il problema dell'accessibilità negli edifici di valore storico-culturale significa valutare tutte le implicazioni legate alla difficoltà di fruizione da parte di persone con difficoltà cercando di far coesistere le istanze di conservazione con quelle di completa fruizione di spazi ed opere d'arte.

Tale valutazione parte dall'analisi delle cause del divario tra l'accessibilità "teorica", che oggi culturalmente tutti sostengono, e quella "pratica" che in pochi attuano, constatando che esiste un "gap" tra pensare e fare accessibilità, evidente soprattutto negli edifici storici, in cui ci si scontra con il concetto di "bene tutelato". In questa prospettiva spesso il valore storico-culturale di bene viene considerato solo in assenza di trasformazioni. Si capisce che questo modo di concepire l'architettura non favorisce l'accessibilità, nel suo reale significato, e certamente nessun processo di adeguamento. Al contrario è difficile immaginare un monumento che non sia stato prodotto per gli uomini, che sia tutelato e conservato in maniera astratta e non per la fruizione. Un bene non è tale se non è fruibile e la pura contemplazione non appartiene all'architettura. Se un edificio storico non è fruibile da tutti (uomini, donne, anziani, bambini, persone con svantaggi temporanei o permanenti, ecc.) vuol dire che a quell'opera non può essere attribuita una funzione pubblica. Con queste premesse si ritiene utile un approfondimento su come vengono veicolate le informazioni per la conoscenza e la fruizione degli edifici storici, con particolare riferimento ai sistemi informativi per facilitare le persone con difficoltà di orientamento in uno spazio sconosciuto, oltre che le persone disabili. La scelta appropriata di materiale informativo efficace per persone con difficoltà sensoriali (mappe tattili dell'edificio ecc.), di opportuni sistemi di segnaletica orientativa ed identificativa (controllo della leggibilità, del contrasto cromatico, della posizione, ecc.) e di dispositivi tecnologici che favoriscono la comunicazione interna ed esterna.

Analyze the problem of accessibility in buildings of historical and cultural value means to assess all the implications related to the difficulty of fruition by disabled people trying to combine the instances of conservation with those of full enjoyment of public spaces and works of art. This evaluation starts with an analysis of the causes of the gap between accessibility "in theory", that nowadays everyone defend, and accessibility "in practice" that only a few put into effects, since there is a gap between thinking and doing accessibility, especially evident in historic buildings. In this perspective often the historical value of property is viewed only in the absence of transformations. We understand that this way of conceiving architecture does not promote accessibility, in its real meaning, and certainly no adjustment process. Instead, it is difficult to imagine a monument that was not realized for men, which is protected and preserved in an abstract and not for enjoyment. An asset is not that it is not usable and the mere contemplation does not belong to architecture. If a historic building is not usable by all (men, women, elderly, children, people with temporary or permanent handicaps, etc.) means that work cannot be attributed to a public function. With this background, it is useful an insight into how information to use historic buildings is conveyed to people, with particular reference to information systems to help people with problems of orientation in an unknown space, as well as people with disabilities. The appropriate choice of material effective for people with sensory disabilities (tactile maps of the building, etc..), of appropriate guidance and identification signage systems (control of readability, contrast, color, position, etc..) and technological devices that promote internal and external communication.

Giuseppe Garau, Roberto Ibba, Comune di Sardara, **Giuseppe Garau**, Coop. Villa Abbas, *Comunicare il Patrimonio culturale: l'esperienza di Sardara*

Sardara è un piccolo comune sardo, nella provincia del Medio Campidano. Il recupero della memoria storica e della sua identità è stato l'elemento portante di un progetto culturale legato al cosiddetto «turismo interno» della Sardegna, orientato all'innovazione e ad un sistema di qualità, integrato anche con la nuova «frontiera» del turismo termale. L'area archeologica di Sant'Anastasia, con il tempio nuragico a pozzo, il museo archeologico, il castello di Monreale e il centro storico (con le sue chiese, le sue architetture caratteristiche e i monumenti), evidenziano i vari aspetti del passaggio umano e delle sue opere, dai secoli passati sino all'arte «contemporanea» di Pinuccio Sciola.

Nel 2005 il Touring Club Italiano ha conferito al comune di Sardara il marchio «Bandiera Arancione» per il turismo sostenibile. Sardara (primo comune in Sardegna) ha ritenuto opportuno certificare il sistema dei propri beni culturali aperti al pubblico, attraverso il sistema di certificazione HERITY (2009). Come comunicare il proprio patrimonio culturale? La comunicazione, aspetto troppo spesso sottovalutato, è un elemento basilare nella gestione e valorizzazione del patrimonio. Come rendere accessibile e comprensibile al pubblico la diversità e la complessità di un sito o di un monumento? Il comune di Sardara e la Coop. Villa Abbas, sulla base della positiva esperienza maturata in questi anni di collaborazione e approfondimento reciproco sulle varie problematiche inerenti il settore, hanno ritenuto opportuno rinnovare la certificazione di qualità HERITY, perché attraverso questo sistema si può arrivare ad un messaggio chiaro ed efficace verso un pubblico sempre più interessato all'offerta culturale, aspetto ancora poco condiviso di sviluppo economico, per una migliore qualità della vita.

Sardara is a small city in Sardinia, in province of Medio Campidano.

The recovery of Sardara's historical memory and identity has been the cornerstone of a cultural project linked to the 'inner tourism' in Sardinia, which aims to innovation and a system of quality that is also integrated with the new frontier of thermal tourism.

The archaeological area of Sant'Anastasia, with the tempio nuragico a pozzo, the archaeological museum, the castle of Monreale and the historical center (with its churches, with its typical architectures and monuments), highlight aspects of human works from past centuries to the contemporary art of Pinuccio Sciola. In 2005, the Italian Touring Club conferred the mark "Orange Flag" on the city of Sardara, for its sustainable tourism.

Sardara, first city in Sardinia, wanted his public cultural heritage system to be attested by HERITY Certification System (2009).

How can our cultural heritage be communicated?

Communication is a very important aspect, although it is too often undervalued, of the cultural heritage management and evaluation. How can differences and complexity of a site or a monument be made accessible and understandable to the public?

Sardara city and the Cooperative Villa Abbas, since they cooperated in these years on various issues linked to this sector, wanted HERITY heritage, a guarantee for a better quality of life, even if this certification is not yet linked to economic development.

Gavino Maresu, esperto, *Archeologia: risorsa "antica" e nuova vision per il turismo italiano*

Secondo *FutureBrand*, e il suo "Country Brand Index", lo studio sulla forza dei brand nazionali, l'Italia possiede il più ricco patrimonio artistico, culturale e gastronomico del mondo.

Ma in base alle statistiche sul movimento turistico internazionale, essa si colloca al quinto posto per il numero di arrivi di turisti.

Questa situazione è determinata da diverse cause:

- Istituzioni incapaci di considerare tale patrimonio come risorsa strategica essenziale in un'ottica globale, che coinvolge non solo lo sviluppo del turismo ma soprattutto il benessere e la qualità della vita dei cittadini;
- la mancanza di un'efficiente politica economica di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale;
- la mancanza di strategie di marketing integrato per promuovere e commercializzare sia il patrimonio culturale materiale sia il patrimonio culturale immateriale all'interno di un prodotto turistico organizzato;
- l'inefficienza delle strategie di comunicazione globale per affermare la cultura e lo stile di vita italiani.

La ricerca che viene presentata analizza in particolare i problemi legati al patrimonio archeologico italiano, di cui ha censito i dati statistici, e suggerisce strategie per l'accoglienza ai visitatori.

According to the FutureBrand's global study on countries brands strength called "Country Brand Index", Italy is the first country in the world for cultural, artistic and gastronomical heritage although on the basis of the international tourism statistics the Country is only the 5th world ranked for number of tourist arrivals.

These are some of the reasons:

- *The institutions are unable to evaluate the cultural heritage as a strategic and essential resource in an holistic way, which means not only for tourism development, but also for community wellness and life quality;*
- *lack of adequate economic policy, protecting and exploiting both the tangible and intangible cultural heritage;*
- *lack of integrated marketing strategies, promoting and commercializing together the tangible and intangible heritage within an organized touristic products;*
- *lack of efficient global communication strategies, spreading Italian culture and life-style around the world.*

This research analyses problems and elaborates statistics related to the Italian archaeological sites, and suggests visitors' welcome strategies.

Luiz Oosterbeek, HERITY international, *Enhancing quality for the management of a changing heritage within a changing world*

Due anni fa, HERITY si riuniva per discutere sulle sue responsabilità e le sue prospettive. In quel tempo l'attuale crisi, iniziata nel 2008, era percepita da molti come un processo passeggero, che in gran parte si avviava al termine. Questo approccio non è stato quello dei membri di HERITY, come la Sen. Carettoni Romagnoli ha egregiamente evidenziato in diversi interventi. Anche se nessuno poteva prevedere i dettagli futuri, il trend globale della disaggregazione culturale suggeriva infatti che molte tradizioni avrebbero fronteggiato minacce crescenti, e le idee di "Patrimonio", "Unione Europea" o "Diritti Umani" erano prossime a sempre nuove sfide.

A distanza di due anni, è ora di discutere l'operato di HERITY all'interno di quella che attualmente si presenta come una crisi di lungo termine. Discuteremo delle realizzazioni ma anche dei contrattempi di HERITY, suggerendo una strategia che, costruita a partire dall'approccio del 2010 e da tutti le dichiarazioni precedenti, possa contribuire alla conservazione del patrimonio in linea con un processo di recessione di medio-lungo termine, che trova parallelismi precedenti nelle grandi depressioni del 1873-1897 e del 1929-1947. Il mondo sta cambiando, il ruolo del patrimonio sta cambiando, e HERITY dovrà resistere a molti "vecchi demoni", tra i quali nazionalismo e xenofobia hanno un ruolo prominente.

Le basi di un simile 'approccio devono affondare le proprie radici in due principali dimensioni, che sono poi costitutive dell'approccio di HERITY: valore e qualità. HERITY ha tre aree che sono focalizzate sull'assicurare standard minimi (conservazione, comunicazione e servizi, - tutti obiettivi della società contemporanea e della sostenibilità) e uno che consiste nel valutare la giustificazione dell'interesse del patrimonio: il suo valore. Il valore del patrimonio è stato uno degli argomenti della conferenza HERITY di qualche anno fa e in effetti è ormai chiaro che non è scindibile dagli interessi globali dei vari segmenti sociali: il valore ha una dimensione multilivello, percepibile alla luce della valutazione dei singoli beni culturali. E' il valore che definisce la rilevanza del patrimonio. La qualità, è altrettanto una parola chiave di HERITY, dal momento che è la strada che permette di gestire il patrimonio dal punto di vista dei contemporanei bisogni sociali: la qualità è di natura globale, e assicurare la qualità nella gestione del patrimonio culturale, grazie all'ampiezza degli scopi di HERITY, contribuisce alla qualità globale della società.

Ancora una volta consideriamo con attenzione la crisi corrente, ma in ogni modo dobbiamo fronteggiare le disgregazioni che affliggono il valore, e la perdita di qualità nell'attuale logistica. In questo senso, HERITY anticipa i bisogni sociali e diviene sempre più rilevante in tempi di ansietà.

Two years ago, HERITY met to discuss its responsibilities and prospects. At the time, the current crisis, initiated in 2008, was perceived by many as a temporary process, largely already coming to an end. This was not the approach of HERITY members, as Sen. T. Carettoni Romagnoli remarkably explained in various interventions. Even if no one could foresee the details of the near future, the global trend of cultural disaggregation suggested that several traditions were facing growing threats, and that ideas like "Heritage", "European Union" or "Human Rights" were about to be increasingly challenged.

Two years later, it is time to discuss HERITY within what now stands clearly as a long term crisis. We will discuss the achievements, but also the setbacks of HERITY, suggesting a strategy that, building from the 2010 approach and all prior statements, may contribute for the preservation of heritage in line with a mid to long term recessive process, that finds its past parallels in the 1873-1897 and the 1929-1947 big depressions. The world is changing, the role of heritage is changing, and HERITY will have to resist against many "old demons", among which nationalism and xenophobia have a prominent position.

The basics of such an approach must be rooted in two main dimensions, that shape the scope of HERITY: value and quality. HERITY has three areas which are focused on securing standards (conservation, communication and services – all target both to the contemporary society and to sustainability) and one that consists in assessing the justification of the "interest" of heritage: its value. The value of heritage was the topic of HERITY conference a few years ago, and indeed it became clear it is not separable from global interests of the various social segments: values have multi-layer dimension, and are perceivable in the light of cultural heritage assets. It is value that defines the relevance of heritage. Quality, as well, is a key word for HERITY, since it is the avenue that enables to manage heritage from the point of view of contemporary social needs: quality is of a global nature, and securing quality in heritage management, because of the wide scope of HERITY, contributes for global quality in society.

Once we look at the current crisis, any way out must face the disruptions affecting values and the loss of quality in daily logistics. In this sense, HERITY anticipated a social need, and becomes even more relevant in times of anxiety.

Jorge Rodrigues, Instituto de Historia da Arte, F.C.S.H. - U.N.I., *Communicating the message of Cultural Heritage : the role of the Art Historian*

L'intimo rapporto fra ricerca e comunicazione nella storia dell'Arte deve essere considerato come un vantaggio quando parliamo del Patrimonio Culturale, purché si riescano ad evitare i pericoli e le trame che ad esso sono legate.

Il primo e più frequente problema da risolvere è il tipo di discorso scelto dall' autore/ricercatore, in genere abituato a un gergo che è capito soltanto dai suoi colleghi e che genera così un effetto a circuito chiuso, che è allo stesso tempo nocivo e sterile. Il discorso deve essere adattato al pubblico a cui si rivolge la comunicazione; deve essere chiaro e lineare, ma senza concessioni ai luoghi comuni o con un linguaggio troppo semplice. Lo scopo dello storico dell'arte in quanto comunicatore è di informare ed educare i suoi lettori e nessuna comunicazione avrà successo se le summenzionate condizioni non saranno soddisfatte.

Il secondo errore da evitare sarà quello di pensare che tutte le persone – e le loro aspirazioni – siano uguali, fornendo soltanto un tipo di discorso, senza pensare ai diversi livelli dello pubblico che visita e/o prende conoscenza di questo Patrimonio Culturale e che esige una strategia di comunicazione diversificata, con diversi formati di pubblicazioni e profondità di informazioni, che devono essere disponibili a livello locale.

Una strategia di comunicazione efficace è quella che riesce a raggiungere tutti gli strati del pubblico e questo sarà il soggetto dello nostro discorso.

When talking about cultural heritage, the close link between research and communication in History of Art offers great advantages, provided that one is able to avoid all the risks and plots related to it.

The first and most frequent problem the author/researcher has to face is the type of speech to be chosen, since art historians are used to a jargon, that only their colleagues understand. The use of this jargon outside the number of art historians may create a closed circuit effect, that is both harmful and fruitless. The speech must adapt to the public with which we are communicating; it must be clear and coherent and should avoid commonplaces and an elementary language. The aim of art historian as communicators is that of informing and educating their readers and no communication will be effective, if the aforementioned conditions will not be met.

The second mistake to avoid is that of thinking that all people and their aspirations are the same, therefore providing only one type of speech and not considering the different levels of the people, that visit and/or know this cultural heritage. These people need a diversified communications strategy, with many formats of publication and profundity of information, all available at a local level.

In order communication to be effective, it must be able to get the attention of all social strata and this is going to be the subject of our paper.

Isabel Tort Ausina, Universitat Politècnica de Valencia, *WISH FUUH: Web information System for Heritage supported by the FUUH network*

Il Forum UNESCO – Università e Patrimonio (FUUH) è un programma per lo sviluppo di attività di tutela e salvaguardia del patrimonio culturale e naturale attraverso una rete internazionale di istituti di Istruzione Superiore. Fondato nel 1995, il FUUH è sotto la responsabilità congiunta del Centro per il Patrimonio Mondiale dell'UNESCO (WHC) e l'Università Politecnica di Valencia (UPV), in Spagna.

Il WHC e l'UPV hanno messo a punto un sistema di informazioni in rete per il Forum UNESCO – Università e Patrimonio (d'ora in avanti WISH FUUH) che offre i seguenti servizi:

- Lista dei membri del FUUH e servizio per corrispondenza (e-FUUH)
- Info Flash
- Newsletter
- Lista delle tesi
- Sito web universityandheritage.com

Gli obiettivi del WISH FUUH sono legati alla Strategia a Medio Termine per il 2008-2013 dell'UNESCO (obiettivi generali 4 e 5) e contribuiscono allo sviluppo dei seguenti aspetti:

- VALORIZZAZIONE DELLA CONOSCENZA LOCALE, permettendo ad insegnanti, ricercatori e studenti provenienti dai paesi in via di sviluppo di produrre contenuti informativi e di partecipare attivamente alla generazione di conoscenza attraverso la rete FUUH.
- PROMOZIONE DELLA DIVERSITÀ CULTURALE, poiché il patrimonio, sia culturale che immateriale, riflette l'identità di popoli e culture diverse.
- CONSIDERAZIONE DELLA DIVERSITÀ LINGUISTICA attraverso la traduzione della Newsletter FUUH e dei dati descrittivi nel database del FUUH nelle lingue del FUUH (inglese, francese e spagnolo).
- PROMOZIONE DELLA COMUNICAZIONE E LIBERTÀ DI ESPRESSIONE INDIVIDUALE, tra i membri del Network FUUH.
- ACCESSO UNIVERSALE ALLE INFORMAZIONI sulle università, tesi, progetti, attività, notizie e pubblicazioni del Network FUUH.
- PROMOZIONE DELLA COOPERAZIONE E DELLA RICERCA ISTITUZIONALI, attraverso la pubblicazione della lista di esperti provenienti dalle università e dagli istituti di Istruzione Superiore del Network FUUH, nonché tesi, progetti, attività e pubblicazioni dei membri del Network FUUH.

Ci auguriamo che il WISH FUUH possa facilitare lo scambio delle conoscenze e della cooperazione, nonché promuovere il rispetto delle diversità culturali, lo sviluppo delle capacità umane e culturali e del dialogo interculturale.

Forum UNESCO – University and Heritage (FUUH) is a program for undertaking activities to protect and safeguard cultural and natural heritage, through an international network of Higher Education Institutions. Created in 1995, it is under the joint responsibility of the UNESCO World Heritage Centre (WHC) and the UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA (UPV), Spain.

WHC and UPV have designed a web information system for heritage promoted by the Forum UNESCO – University and Heritage Network (hereafter WISH FUUH) providing the following services:

- *FUUH Members database and FUUH correspondence service (e-FUUH)*
- *Flash Info*
- *FUUH Newsletter*
- *Thesis directory*
- *Website universityandheritage.net*

The objectives of the WISH FUUH are linked to the UNESCO's Medium-Term Strategy for 2008-2013 (overarching objectives 4 and 5) and contribute to developing the following aspects:

- *ENHANCING LOCAL OR INDIGENOUS KNOWLEDGE, enabling teachers, researchers and students from developing countries to produce content and actively participate in the generation of knowledge through the FUUH Network.*
- *PROMOTING CULTURAL DIVERSITY, since cultural heritage, along with intangible heritage, reflects the identity of different people and cultures.*
- *CONSIDERING LANGUAGE DIVERSITY, by translating the FUUH newsletter and descriptive data of the FUUH Network database into the FUUH languages (English, French and Spanish).*
- *FOSTERING THE COMMUNICATION AND INDIVIDUAL FREEDOM OF EXPRESSION, among the FUUH Network members.*
- *OFFERING UNIVERSAL ACCESS TO INFORMATION about FUUH Network universities, theses, projects, activities, news, and publications.*
- *PROMOTING INSTITUTIONAL COOPERATION AND RESEARCH, by posting the list of specialists coming from FUUH Network Universities and Higher Education Institutions, as well as theses, projects, activities and publications of FUUH Network members.*

WISH FUUH is expected to facilitate the exchange of knowledge and encourage cooperation, as well as to promote the respect for cultural diversity, to increase human and cultural capabilities, and intercultural dialogue.