

Il museo in mostra: minerali... fuori dalle mura del museo

Erica Bittarello

Lorenzo Mariano Gallo

Museo Regionale di Scienze Naturali, sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia, via Giolitti, 36. I-10100 Torino.
E-mail: lorenzom.gallo@regione.piemonte.it

Lorenza Merzagora

Sistema museale RESINA e Università di Roma Tre, Dipartimento di Biologia Ambientale, viale Guglielmo Marconi, 446. I-00146 Roma.
E-mail: lorenza.merzagora@museiresina.it

RIASSUNTO

Da anni il Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino (MRSN) ha avviato una politica di valorizzazione delle proprie collezioni in attesa del completamento degli allestimenti definitivi. In particolare, la sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia, le cui raccolte sono oggi quantitativamente poco rappresentate nelle esposizioni permanenti, ha sviluppato diverse strategie per moltiplicare le occasioni di mettere in mostra i propri materiali e raggiungere target diversificati sia realizzando esposizioni temporanee nella sede del Museo, sia attraverso un vasto programma di iniziative out-reach. Tra queste ultime sembra rivelarsi particolarmente valida, tanto per le risorse impiegate quanto nei risultati ottenuti, la partecipazione alle "mostre mercato" di mineralogia. Il presente contributo riporta una sintesi delle esperienze condotte dal Museo e alcune considerazioni preliminari sulla fruizione da parte del pubblico emerse nell'ambito dell'edizione del 2009 della mostra "Euromineralexpo" di Torino.

Parole chiave:

valorizzazione delle collezioni, mineralogia, mostra-mercato, esposizioni temporanee.

ABSTRACT

Museum exhibition: minerals... outside the walls of the Museum.

In the last decades, Regional Museum of Natural Science of Turin (MRSN) has developed new communication approaches based on temporary exhibitions of its collections. In particular, the Department of Mineralogy, Petrography and Geology, whose collections are still under-represented in the permanent exhibitions of the Museum, have carried out specific out-reach initiatives within the context of minerals trade shows.

This paper reports the exhibitions strategies of the Department as well as some preliminary results of an evaluation study carried out on visitors to the Museum's exhibition organized within 2009 Euromineralexpo Turin's mineral trade show.

Key words:

mineralogy, mineral trade shows, temporary exhibitions.

PREMESSA

La missione del Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino (MRSN), analogamente a quella di altri Musei di Storia Naturale, "...consiste nel conservare, incrementare e valorizzare le collezioni, con la loro storia, al fine di promuovere e diffondere la scoperta, le conoscenze, l'interpretazione, la salvaguardia, l'uso responsabile e il godimento della natura in tutti i suoi aspetti".

Ciascuno degli operatori del Museo agisce, nell'ambito delle specifiche competenze, per raggiungere al meglio gli obiettivi indicati dalla "mission". In tale ambito fin dal 1980, anno di istituzione del MRSN, la

sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia ha sviluppato, sia attraverso l'attività del personale interno sia con l'intervento di volontari e collaboratori esterni, una cospicua serie di interventi volti a valorizzare le collezioni mineralogiche e geologiche.

Sono state realizzate varie monografie, articoli scientifici, cataloghi di mostre, pubblicazioni a carattere didattico e divulgativo indirizzate a differenti tipologie di utenza, con interessi e livelli di specializzazione differenti, per diffondere quanto più possibile la conoscenza di parti significative delle raccolte. Ma, soprattutto, l'attività della sezione si è concentrata nella ricerca e sperimentazione di nuove strategie per pro-

muovere l'accesso alle collezioni del Museo per un'audience diversificata.

LE ESPOSIZIONI IN MUSEO

A partire dai primi anni Novanta del secolo scorso per sopperire ad una situazione di scarsa visibilità, legata alla chiusura del MRSN per il protrarsi dei lavori di restauro strutturale dell'edificio, è stata elaborata dall'allora Direzione del Museo una serie di mostre temporanee a tema denominata "Collezioni invisibili". Questa operazione era destinata ad esibire, nei pochi locali allora già strutturati per le esposizioni, alcuni porzioni dell'enorme patrimonio scientifico del MRSN.

Solo qualche anno dopo a queste mostre temporanee è stato possibile affiancare alcune strutture ostensive, con carattere di esposizione permanente, prevalentemente legate a temi di zoologia e di mineralogia sistematica. Tuttavia, per quanto riguarda la mineralogia, queste non rappresentavano ancora un'esposizione definitiva, ma soltanto una sintesi, seppure di elevato livello qualitativo, delle potenzialità ostensive che il MRSN era in grado di mettere in campo.

L'allestimento consentiva, infatti, di mostrare oltre un centinaio di esemplari tra i più significativi dal punto di vista estetico ma, per ragioni di spazio, senza quel supporto didascalico e interpretativo atto a trasformare una semplice rassegna di campioni in un'esposizione contestualizzata, in cui gli oggetti diventano elementi portanti integrati in un elaborato complesso storico e scientifico che contraddistingue, di solito, un'esposizione permanente.

Nel 2007 è stata realizzata al MRSN la mostra "Mineralia", la più vasta e significativa esposizione temporanea a carattere mineralogico allestita a Torino dal 1884, anno dell'Esposizione Generale Italiana (fig. 1). Per la prima volta è stato possibile allestire uno spazio sufficiente per esporre oltre un migliaio di esemplari, sufficientemente didascalizzati, inquadrati in un percorso organizzato su tematiche di storia delle collezioni, di mineralogia regionale e di sistematica, ma anche su temi di tipo più applicativo, quali i giacimen-



Fig. 1. La sala d'ingresso della mostra "Mineralia".

Storie di minerali e riflessi di cristalli al Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino". Sullo sfondo alcuni dei pannelli dedicati alle vicende storiche delle collezioni del MRSN.



Fig. 2. La selezione dei campioni alla mostra "Mineralia" attualmente in esposizione al MRSN.

ti minerali e la gemmologia, con parametri di selezione del materiale presentato sia legati all'aspetto estetico, sia all'importanza scientifica e storica dei campioni (Gallo, 2008a). La cronica necessità di spazio per nuove iniziative ha tuttavia richiesto lo smontaggio della mostra dopo alcuni mesi di apertura, salvo per una ridotta selezione (tuttora fruibile al pubblico), lasciando ad oggi ancora aperto il problema di ostensione delle collezioni (fig. 2).

LE ESPOSIZIONI FUORI DALLE MURA

Per sopperire a questo stato di scarsa rappresentazione delle raccolte mineralogiche e geologiche nelle esposizioni museali, la sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia ha elaborato, fin dal 1983, alcune strategie finalizzate a:

- moltiplicare le occasioni di mettere direttamente in mostra i propri materiali, non solo attraverso pubblicazioni e cataloghi;
- raggiungere target decisamente più estesi e differenziati di quelli che abitualmente si avvicinano al MRSN. E' in questo contesto che si è sviluppata l'idea di partecipare, con proprie ostensioni, alle varie edizioni delle mostre-mercato mineralogiche italiane ed europee (fig. 3). Questa modalità di comunicazione e diffusione raramente viene adottata in modo sistematico dai musei italiani che possiedono significative collezioni a carattere mineralogico, geologico o paleontologico. In parziale controtendenza rispetto alle decisioni strategiche di altri musei, il MRSN ha scelto di dirottare, da oltre vent'anni, parte delle sue energie verso attività di promozione e valorizzazione del patrimonio da sviluppare al di fuori della sua sede, in luoghi ostensivi non convenzionali, quali ad esempio le mostre-mercato di mineralogia. I primi interventi in tal senso hanno riguardato varie edizioni dell' "Euromineralexpo" di Torino, una mostra-mercato internazionale dedicata ai minerali e ad altri elementi naturali, che si estende (nelle ultime edizioni) su una superficie di circa 4.000 mq ospitando stand di vendita e/o di scambio, ma anche presenze istituzionali, come quelle di alcuni parchi regionali o di associazioni naturalistiche. In questi



Fig. 3. Il pubblico durante la rassegna "Genova Mineralshow" del 2009.

eventi la sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia ha elaborato esposizioni temporanee talvolta anche di vasta portata e di notevole impatto scientifico.

A partire dal 2000, si è scelto di incrementare ulteriormente la visibilità delle collezioni mineralogiche attraverso la partecipazione ad altre manifestazioni dislocate in diverse città italiane, quali le mostre-mercato di Bologna, Genova, Biella, Borgosesia, ecc., fino ad arrivare ad un contesto internazionale con la presenza alla mostra di Monaco di Baviera.

Nell'ambito delle mostre-mercato, le esposizioni realizzate dal MRSN fanno sempre parte dell'area non commerciale dell'evento, fornendo un'occasione di prestigio ed un elemento di comunicazione scientifica. Per il Museo la mostra rappresenta un'opportunità per proporre tematiche di carattere scientifico, storico, didattico o geografico, raggiungendo l'obiettivo di presentare un numero di esemplari ben superiore a quello esposto al MRSN, per un ampio pubblico e a costi limitati.

A questo riguardo, nell'esperienza del MRSN i costi dei vari interventi sono stati di solito contenuti e hanno inoltre richiesto un dispendio di tempo relativamente ridotto per gli operatori della sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia. È utile sottolineare che spesso gli enti organizzatori delle mostre-mercato supportano l'intervento dei musei con propri contributi, sollevandoli da spese talvolta difficilmente sostenibili, quali i costi di tipo assicurativo e quelli relativi al trasferimento del materiale, fornendo inoltre proprie strutture ostensive predisposte in uno spazio per il quale, al contrario degli espositori-venditori, non viene richiesto alcun corrispettivo.

Sul piano dei contenuti la politica espositiva adottata è stata influenzata anche dalla richiesta da parte di un pubblico eterogeneo (collezionisti e cultori della

materia, ma anche studenti, insegnanti, curiosi, ecc.) di poter accedere ai campioni storici del Museo di Mineralogia e Petrografia dell'Università (chiuso dal 1980, ma in realtà difficilmente fruibile già dalla prima metà degli anni Settanta). Molti esemplari delle raccolte storiche, di fatto inaccessibili, sono infatti noti perché descritti e figurati sia nella letteratura specialistica sia in varie pubblicazioni a carattere divulgativo degli anni Settanta e Ottanta su cui si sono formate generazioni di collezionisti e di appassionati di minerali. Mentre nei primi anni si era data particolare importanza all'estetica degli esemplari, in tempi più recenti si è preferito mettere in risalto la valenza storica e scientifica delle raccolte, perfezionando nel contempo l'apparato divulgativo. Tra le varie scelte tematiche si è preferito, in seguito, caratterizzare alcuni aspetti salienti della storia della mineralogia, soprattutto piemontese (fig. 4). Vi è stata, quindi, un'evoluzione progressiva verso la comunicazione delle Scienze della Terra in tutte le sue forme rispetto alla sola spettacolarità ostensiva.



Fig. 4. Rassegna dei campioni storici di sali

di Strassfurt (Germania) nei flaconi originali esposti nell'edizione 2008 di "Euromineralxpò" (Torino) dedicata a "Le collezioni mineralogiche storiche del MRSN".



Fig. 5. Alcune delle vetrine della mostra

"Traversella, storie di polvere, di fatica e di cristalli" ("Bologna Mineral Show", 2007) in cui compaiono minerali e rocce con un corredo di immagini storiche, carte geologiche ed oggetti di miniera.

Sul piano museografico, la tipologia ostensiva proposta nel corso degli anni si è spesso modificata a seconda delle possibilità operative interne della sezione e della concomitanza con altre esigenze istituzionali. Le esposizioni si sono quindi sviluppate utilizzando un numero variabile di vetrine, spesso, ma non sempre, arricchite da pannelli divulgativi, mentre solo in rare occasioni è stato possibile avere la presenza di un operatore del Museo disponibile a svolgere una funzione promozionale.

Le ostensioni sono state realizzate differenziando al massimo le risorse della sezione: sono state organizzate mostre a carattere esclusivamente mineralogico, come ad esempio nell'edizione del "Bologna Mineral Show" del 2000, mentre in altri casi sono stati proposti campioni di rocce ("Dal traforo del Frejus al tunnel di Calais", Borgo San Dalmazzo, 1992) o anche materiali lapidei ("Rocce e minerali della Sardegna" nell'edizione del 1999 di "Euromineralexpo" a Torino), fino ad organizzare esposizioni integrate in grado di fornire un quadro pluridisciplinare del tema, con la presenza di esemplari di minerali e di rocce, di campioni giacimentologici, di elementi cartografici e di reperti etnografico-ambientali, come ad esempio nell'edizione del 2007 (fig. 5) del "Bologna Mineral Show" ("Traversella, storie di polvere, di fatica e di cristalli").

Particolarmente significativa, nelle mostre-mercato, è stata la frequente possibilità di collaborare con gli altri musei. Nel tempo, infatti, la partecipazione del MRSN è stata sia quella di unico protagonista all'interno di un evento espositivo sia di co-protagonista, insieme ad altri enti, nell'ambito di allestimenti di più ampio respiro. Ad esempio nell'edizione del 2000 del "Bologna Mineral Show", il MRSN era il solo soggetto espositore della mostra (dedicata alle proprie collezioni storiche), mentre nell'edizione del 2007, sempre a Bologna, il MRSN è stato, invece, protagonista insieme al Museo Mineralogico e delle Attrezzature della Miniera di Traversella di un allestimento dedicato alla miniera di Traversella ed alle sue mineralizzazioni

(Gallo, 2007). Ancora, nell'edizione 2008 del "Bologna Mineral Show", in cui il tema prescelto per la mostra temporanea era quello relativo ai minerali del Vesuvio, il Real Museo Mineralogico di Napoli ha curato la maggior parte dell'esposizione, mentre le sezioni mineralogiche del Museo Civico di Storia Naturale di Milano e del MRSN hanno contribuito con due vetrine ciascuna, oppure nel 2005 ("Oro, argento e rame: i metalli preziosi") dove l'allestimento complessivo è derivato dalla partecipazione di alcuni musei (Milano, Torino, Padova, Bolzano) e di vari collezionisti privati. Analoga situazione si è registrata anche nella mostra "Gold der Alpen" ("Mineralientage München" 2008) dove, insieme ad altri musei e ad alcuni collezionisti privati di varia provenienza (Italia, Francia, Svizzera, Austria), il MRSN ha proposto in una vetrina i migliori esemplari di oro alpino delle proprie collezioni (Gallo, 2008b).

Più recentemente, il successo delle esposizioni e l'interesse da parte di pubblici differenziati hanno stimolato un ulteriore arricchimento delle iniziative. Negli ultimi quattro anni, in occasione dell'evento torinese "Euromineralexpo", all'esposizione tematica predisposta dalla sezione di Mineralogia, Petrografia e Geologia si è aggiunta la partecipazione di personale del Centro Didattico del MRSN (fig. 6). Questo intervento ha consentito di mettere a diretto contatto il pubblico con personale del Museo in grado di svolgere un'adeguata attività di informazione ed educazione scientifica interattiva, sia sull'argomento della mostra sia su altri temi di mineralogia e di Scienze della Terra. Al di là dell'offerta di modalità inusuali di osservazio-



Fig. 6. Stand del MRSN con l'allestimento del Centro Didattico a Torino ("Euromineralexpo", 2009).

mostra-mercato	durata (giorni)	flusso medio di visitatori
"Genova Mineralshow"	2	circa 2.000
"Euromineralexpo" (Torino)	3	8.000 - 10.000
"Bologna Mineral Show"	3	10.000 - 12.000
"Mineralientage München" (Monaco di Baviera)	3	40.000 - 50.000

Tab. 1. Numero di visitatori nelle principali mostre-mercato in cui sono state realizzati allestimenti ostensivi del MRSN. Dati relativi al triennio 2007-2009.

ne e scoperta, a partire dall'osservazione e dalla manipolazione di alcuni esemplari appositamente predisposti, il risultato più eclatante di questa esperienza è stato quello di creare un ulteriore collegamento tra il MRSN e la sua audience potenziale, "agganciando" target non direttamente connessi con l'attività scolastica.

IL PUBBLICO DELLE MOSTRE-MERCATO

Confrontando i dati di affluenza del pubblico nelle esposizioni realizzate nella sede del MRSN con i dati relativi alle iniziative realizzate nell'ambito delle mostre-mercato, spiccano le grandi potenzialità di queste ultime in termini di numero di visitatori.

La più importante mostra mineralogica temporanea allestita al MRSN, "Mineralia", aperta per circa 6 mesi nel 2007-2008, ha avuto un'affluenza di pubblico di 34.618 visitatori. Stando ai dati forniti dagli organizzatori (tab. 1), le mostre-mercato offrono potenzialmente una visibilità di gran lunga maggiore.

Solo nell'ultimo triennio, la creazione di rapporti operativi con i vari enti organizzatori ha portato il Museo a partecipare attivamente ad oltre quindici differenti eventi, con affluenza potenziale di circa 150.000 visitatori.

Per quanto non sia stata ancora effettuata una stima puntuale della proporzione di visitatori delle mostre-mercato che effettivamente frequentano gli stand del MRSN, alcuni dati osservativi, ottenuti in occasione dell'edizione torinese del 2009 di "Euromineralexpo", forniscono indicazioni preliminari al riguardo. In tale occasione è stata realizzata, infatti, un'indagine finalizzata a ottenere un primo inquadramento del pubblico sotto un profilo demografico, a fornire indicazioni sulle modalità di fruizione dell'allestimento e ad acquisire alcuni elementi sulle conoscenze e sugli interessi dei visitatori.

L'analisi, svolta nell'ambito di due giornate di mostra, ha riguardato il comportamento del pubblico di fronte ad un'esposizione dedicata ai granati, sviluppata su una superficie di 40 mq con 4 vetrine e 2 pannelli di testo. Lo studio si è basato su metodi osservativi ("tracking e timing") attraverso la predisposizione di una scheda che consentiva di trascrivere il percorso dei visitatori e rilevare in modo discreto alcuni elementi relativi alle modalità di fruizione dell'allestimento (Hein, 1998).

Il campione osservato è stato di 173 visitatori, selezionati in modo casuale con estrazione media di un individuo ogni dieci ingressi. Inoltre sono state realizzate diciotto interviste strutturate per ottenere indicazioni utili ad una più precisa valutazione dell'azione espositiva del MRSN durante l'evento. In totale hanno visitato l'esposizione circa 3.500 persone, pari al 45% circa del totale degli ingressi alla mostra-mercato. Nello specifico il pubblico della mostra è costituito prevalentemente da adulti: l'età stimata è infatti superiore ai 35 anni per l'84% del campione, con un picco tra i 45 e i 59 anni (36%) (fig.7). I visitatori hanno fruito dell'esperienza da soli (30%) o in coppia (44%), tendenzialmente in contrasto con il pubblico tipico dei musei, e sono prevalentemente maschi (71%). La presenza di gruppi di ampie dimensioni è stata trascurabile, anche in relazione alla scarsa partecipazione scolastica a questa edizione di "Euromineralexpo".

Mediamente la sosta nello spazio espositivo del MRSN è stata di 4,7 minuti, pur con ampie fluttuazioni (da 1 a 20 minuti circa). I visitatori hanno sostato brevemente (46%) o a lungo (54%) davanti alle vetrine, spesso osservando con attenzione i campioni esposti (36%), ma leggendo le informazioni testuali in misura nettamente minore (14%). In alcuni casi (24%) l'esposizione è diventata stimolo per discussioni a carattere scientifico/collezionistico. Uno degli scopi dell'indagine era quello di verificare l'interesse destato dalle attività del Centro Didattico del MRSN, che, con un proprio laboratorio, occupava la parte centrale dello stand del museo. Si è osservato che solo il 9,8% del campione che ha visitato l'esposizione temporanea ha anche partecipato alle attività didattiche proposte (fig. 8).

Ad una prima analisi, il pubblico della mostra tematica sembra essere equamente composto da due tipologie nettamente distinguibili: i collezionisti (la cui presenza nella mostra-mercato è da attribuirsi ad un chiaro interesse ad acquisire nuovi materiali per le proprie raccolte) e i "curiosi", per i quali la mostra-mercato è un'occasione di svago e di arricchimento culturale.

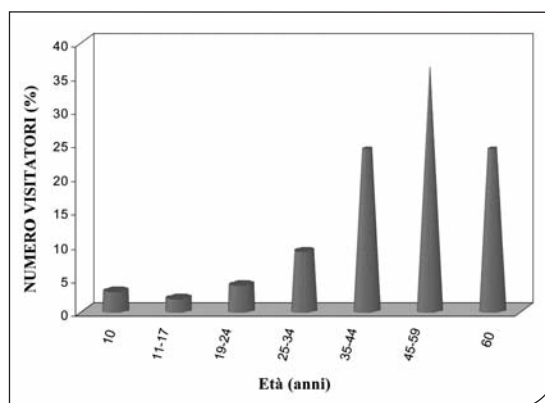


Fig. 7. Grafico della distribuzione dell'età del campione di visitatori allo stand del MRSN ("Euromineralexpo", Torino 2009).

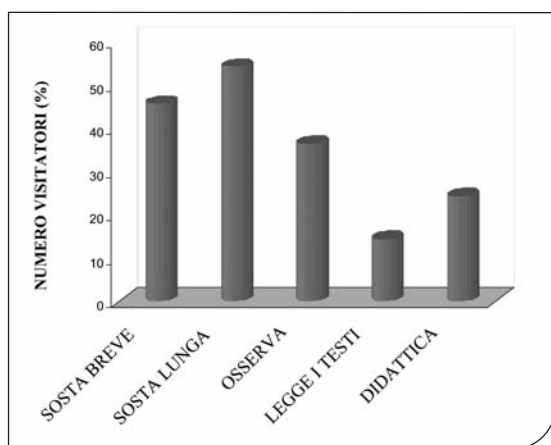


Fig. 8. Sintesi grafica sulle tendenze comportamentali dei visitatori allo stand del MRSN ("Euromineralexpo", Torino 2009).

Analogamente appaiono due corrispondenti target culturali: metà del campione intervistato afferma di avere buona o discreta conoscenza della mineralogia, mentre il restante 50% definisce scarse le sue conoscenze.

I visitatori nutrono comunque un certo interesse per le Scienze Naturali. In totale, infatti, l'82% degli intervistati ha dichiarato di avere già visitato un Museo di Storia Naturale e, nel 77% dei casi, di conoscere il Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino.

Un ambito che richiederà in futuro ulteriori approfondimenti ed un campione ben più vasto e differenziato riguarda specificatamente gli interessi dei visitatori. Stando alle prime indicazioni, gli intervistati sono divisibili in due gruppi: da un lato gli indecisi, forse non sufficientemente sicuri delle proprie competenze nell'esprimere eventuali preferenze rispetto a future iniziative del Museo, dall'altro i visitatori con interessi nettamente definiti, tipicamente circoscritti a temi di mineralogia regionale ("i minerali del Piemonte", "mineralogia del monte Bianco", "i minerali delle Dolomiti", ecc.) o relativi a specifiche tipologie di materiali ("i diamanti", "le meteoriti", "il gesso: roccia o minerale?", ecc.).

CONCLUSIONI

La partecipazione alle mostre-mercato rappresenta una modalità di comunicazione in genere poco adottata, in modo sistematico, dai musei italiani che possiedono collezioni a carattere mineralogico o paleontologico. Tuttavia, diverse considerazioni suggeriscono che tale contesto può offrire opportunità significative per ampliare gli ambiti della comunicazione museale. Complessivamente, la partecipazione del MRSN alle mostre-mercato ha consentito di garantire un buon livello di visibilità dei reperti museali aumentando il numero di esemplari fruibili al pubblico ben oltre quel-

lo esposto nella sede, e permettendo di proporre una vasta articolazione di tematiche.

A fronte di tale risultato, in genere, i costi sono proporzionalmente contenuti e l'allestimento richiede per i curatori un dispendio di tempo relativamente ridotto, soprattutto se valutato in un rapporto costi-benefici.

L'esperienza appare particolarmente significativa in considerazione dei target raggiunti. Non solo, infatti, la partecipazione alle mostre-mercato consente di rivolgersi ad un vasto numero di visitatori in un numero relativamente ridotto di giornate espositive. Più nello specifico, si configura come strategia efficace per estendere l'accesso alle collezioni del Museo.

Se infatti i visitatori della mostra torinese "Euromineralexpo" sembrano potere avere una certa familiarità con il MRSN, la possibilità di ripetere esperienze analoghe in varie località in Italia e all'estero modifica in modo considerevole il potenziale bacino di utenza del Museo e prospetta nuovi scenari qualora si consideri di estendere la partecipazione del MRSN ad eventi di minore entità che si svolgono nei piccoli centri.

L'esperienza risulta altrettanto significativa se considerata rispetto al profilo dei visitatori. Da un lato, infatti, l'esposizione alle mostre-mercato consente di raggiungere un target di persone competenti (studiosi, amatori, collezionisti), dall'altro si rivolge a un pubblico di adulti, visitatori occasionali e semplici "curiosi", non necessariamente abituati a visitare ostensioni museali, soddisfacendo in tal modo la "mission" del Museo di favorire l'accesso alle collezioni per pubblici differenziati.

Infine importanti, ma ancora da investigare, potrebbero essere le implicazioni di questi eventi "extra moenia" nel promuovere la visita al Museo presso la sua sede. Si tratta, potenzialmente, non solo di dare visibilità alle collezioni ma, coniugando la ricchezza e l'unicità del patrimonio museale con manifestazioni pubbliche, stimolando l'osservazione, la discussione e il desiderio della conoscenza, di fare leva sugli interessi spontanei dei visitatori delle mostre-mercato per creare nuovi fruitori del Museo.

BIBLIOGRAFIA

GALLO L.M. (ed.), 2007. *Traversella. Storie di polvere, di fatica e di cristalli*. Collana "Natura Preziosa", Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino, 2, 64 pp.

GALLO L.M., 2008 a. *Mineralia. Storie di minerali e riflessi di cristalli al Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino*. Catalogo della Mostra "Mineralia", Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino, 147 pp.

GALLO L.M., 2008 b. *Goldstufen aus dem Naturmuseum Turin*. In: Wachtler M. (ed.), *Das Gold der Alpen*. Katalog 2008, 45ª Mineralientage Munchen, pp. 168-171.

HEIN G.E., 1998. *Learning in the museum*. Routledge, London, 216 pp.