

**Roma riflette (su) sé stessa nel nuovo Museo di Roma**

*La storia barocca della Capitale è pronta a essere ammirata in una veste del tutto nuova grazie allo “specchio” predisposto dall’agenzia veneziana Studio Visuale*

Si aprono martedì 28 marzo le porte di Palazzo Braschi, la suggestiva sede che ospita il Museo di Roma. Le novità che attendono i visitatori sono parecchie grazie ai cambiamenti introdotti dall’agenzia digitale veneziana Studio Visuale. Il tema centrale dell’allestimento è lo specchio, una scelta densa di significato: l’idea è che Palazzo Braschi possa rispecchiare la storia di Roma tra il ‘600 e il ‘900 e tutte le vicende che hanno segnato la vita e i mutamenti nella Capitale. Roma che riflette e si riflette, mettendosi in mostra. «Il fascino degli ambienti di Palazzo Braschi ci ha suggerito soluzioni mirate a impreziosire la comunicazione. La scelta dello specchio come superficie su cui scrivere è stata dettata da esigenze di amplificazione e di mimesi. – spiega Francesco Pia, fondatore e socio di Studio Visuale – Da un lato intendevamo amplificare i soffitti e gli affreschi, dall’altro volevamo un segno deciso che potesse essere allo stesso tempo distinguibile e integrato».

Le carte in regola per attirare numerosi visitatori ci sono tutte: il palazzo è stato ristrutturato di recente e si trova in una posizione strategica, vicino alla bellissima piazza Navona. Il nome “Museo di Roma” è perfetto per il grande pubblico, ma prima di oggi Palazzo Braschi non ha sempre saputo sviluppare una strategia visiva accattivante. Il nuovo museo, invece, si propone di sfruttare al meglio tutte le potenzialità del luogo. Un museo permanente è ben diverso da una mostra temporanea, per questo si è lavorato per introdurre miglioramenti apprezzabili sul lungo periodo.

Il primo passo è stato creare una nuova identità visiva. A partire dalla grafica, che cerca di rispecchiare l’anima barocca del palazzo. Oltre al rinnovo della segnaletica, è stato introdotto l’uso di touchscreen e video. I contenuti sono organizzati in sezioni; ogni sezione e ogni sala hanno il loro pannello introduttivo, per facilitare l’orientamento e la comprensione ai visitatori. «Rispetto alla situazione precedente, ora i contenuti testuali sono scritti con maggiore dimensione e cura tipografica: titoli, testi e approfondimenti, tutto è leggibile per chi desidera farlo» precisa il team di Studio Visuale. L’informazione si sviluppa così su più livelli, superando le tradizionali didascalie. Ogni sezione è inoltre dotata di approfondimenti video, compresi alcuni fogli di sala per le rilevanze architettoniche, e il terzo piano presenta dei pannelli di approfondimento a parete.

Studio Visuale si occupa principalmente di realizzare progetti di design visuale, dove l’informazione gioca un ruolo essenziale. Uno degli obiettivi principali di Studio Visuale è migliorare l’esperienza dell’utente, favorendo la fruizione dei contenuti. Impegnarsi nel progetto di Palazzo Braschi è stata, per il gruppo, una nuova occasione di lavorare a Roma. In precedenza, infatti, Studio Visuale – che ha clienti come Enel, Pirelli, Gas Jeans, Magneti Marelli – ha realizzato in ambito culturale “Lux in Arcana”, la mostra più importante dell’Archivio Segreto Vaticano, si è occupato della mostra sul Novecento alla Galleria di Arte Moderna di Roma Capitale e ha curato l’allestimento multimediale dell’Ara Pacis. Il team di Studio Visuale che ha lavorato all’allestimento di Palazzo Braschi è formato da Daniele Balcon, Manola Cervesato, Angelo Fiorito, Luca Fattore, Corrado Loschi, Mariano Viola, Alice Musi, Francesco Pia; hanno collaborato al progetto gli architetti Francesco Stefanori e Andrea Pesce Delfino.

-----  
Press Office  
press@studiovisuale.it  
T +39 366 3161283  
www.studiovisuale.it