

Musei italiani alle prese con il futuro, tra resistenze intransigenti e cambiamenti ineluttabili

di Damiano Aliprandi e Francesca Fattorini

Tracciare gli sviluppi futuri del settore culturale è un'operazione molto complessa e, probabilmente, poco utile se non fuorviante. Riferirsi alla cultura come “settore”, infatti, pone più problemi di quanti ne risolve se l'obiettivo è quello di comprendere le dinamiche di cambiamento in corso e i loro impatti nei prossimi anni. Negli ultimi vent'anni i tentativi di definire con chiarezza i confini del comparto, stabilendo chi era incluso e chi no, sono stati molteplici, e non è questa certamente la sede per provare a restituire una panoramica esaustiva e aggiornata¹. L'eterogeneità dei soggetti che vi operano – per approccio, per modalità organizzative, per ambito culturale, per posizionamento sul mercato, ecc. – consiglia piuttosto una lettura meno a “volo d'uccello” e più focalizzata, invece, sui singoli *cluster* o comparti, di modo da ricostruirne le principali dinamiche emergenti, i meccanismi di adattamento/gestione conseguenti ai cambiamenti di scenario o all'arrivo di fattori imprevisti, le possibili linee di evoluzione futura.

Coerentemente con questo approccio, il presente contributo ha scelto di puntare l'attenzione su una specifica categoria di operatori culturali, particolarmente significativa per l'intero “settore”, ovvero quella relativa ai musei italiani, con l'obiettivo di fornire una rapida – e certamente non esaustiva – descrizione del modo in cui alcune macro-tendenze hanno impattato su tali istituzioni così come su quanto in profondità e con quale modalità ne hanno influenzato (e ne stanno condizionando tutt'ora) le scelte strategiche e operative. Non è superfluo ricordare che anche i musei costituiscono una categoria molto eterogenea che comprende tanto le grandi istituzioni statali (si pensi a Pompei o agli Uffizi) quanto migliaia di piccole realtà disseminate in quasi tutti i territori italiani. In linea generale, ci si riferisce a organizzazioni a carattere permanente che gestiscono spazi e collezioni di valore storico-culturale e artistico garantendo le condizioni minime di accesso al pubblico. La scelta dei musei non è casuale. Per una molteplicità di ragioni storiche, culturali ed economiche, questo tipo di istituzioni si distingue per una certa refrattarietà ad introdurre elementi di innovazione nei propri assetti organizzativi/gestionali e nei propri sistemi di

¹ Tra i diversi contributi su questo tema, un punto di riferimento in Italia è certamente il lavoro di Fondazione Symbola e Unioncamere basato sui codici ATECO: <https://www.symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2021/>.

offerta. Sull'altro fronte, si trovano invece i sostenitori intransigenti dell'economia della cultura, che considerano musei e monumenti principalmente come *giacimenti* o *asset* da sfruttare per lo sviluppo economico e occupazionale.

Tuttavia, di fronte a mega-trend di portata planetaria che impattano su una molteplicità di dimensioni – sociali, culturali, economiche, politiche – con cui anche i musei si relazionano, anche questo atteggiamento di chiusura deve fare alla fine i conti con la realtà e decidersi a prendere le misure. La teoria consiglierebbe di procedere adottando strategie e approcci anticipanti, in modo da non farsi prendere alla sprovvista. La pratica, al contrario, rivela una generale incapacità a cogliere per tempo i segnali deboli e le forze di cambiamento, con il risultato di trovarsi in serie difficoltà o, comunque, in ritardo quando poi, anche a causa di fattori esterni e imprevisi, certe dinamiche subiscono accelerazioni violente rispetto alle quali ci si trova completamente impreparati. Per i musei italiani questo è avvenuto – e in parte sta ancora avvenendo – in relazione a due *megatrend* come 1) la transizione dall'analogico al digitale di un numero sempre più ampio di servizi e 2) il progressivo invecchiamento della popolazione italiana. Si tratta, con tutta evidenza, di tendenze ormai mature e sulla cui "evidenza" non ci sono margini di discussione. Non si può pensare, in altre parole, che gli operatori museali ne ignorassero l'esistenza. Eppure, come si cercherà di illustrare nei due approfondimenti di seguito riportati, la loro incidenza sulle politiche e sui piani di attività dei musei è avvenuta con un certo ritardo e, quando alla fine l'impatto c'è stato, il fattore scatenante è giunto dall'esterno, non previsto (e devastante), ovvero la Pandemia.

Transizione digitale e musei: brevi note su un incontro faticoso

Durante il lockdown, i musei hanno manifestato una vitalità digitale che ha destato sorpresa. Come i teatri e i cinema, anche gli spazi museali vengono inseriti nella *black list* dei luoghi pubblici da interdire alla fruizione pubblica. Non stupisce, quindi, che per circa l'80% delle istituzioni museali², la reazione istintiva sia stata quella di riversare sui canali web e social i contenuti più vari e diversi³, senza farsi troppe domande sul come, sul che cosa e, soprattutto, su chi erano i destinatari. Terminata questa prima fase compulsiva, si fa strada una maggiore attenzione per contenuti e format, mentre si affinano le strategie di comunicazione anche per provare a ritagliarsi un proprio spazio di visibilità all'interno di una situazione di complessiva saturazione. Iniziano a diffondersi le visite virtuali, gli incontri on line con esperti, i "caffè" virtuali con i direttori dei musei, webinar e laboratori didattici vengono spostati su *Zoom* o *Google*

² Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano.

³ Secondo i sondaggi di NEMO (*Network of European Museum Organisations*) in tutta Europa oltre il 60% dei musei ha incrementato la sua presenza on line.

Meet, insomma si inizia a pensare al web e ai social non solo come canale di comunicazione ma anche come parte di una strategia di storytelling capace di costruire relazioni e di coinvolgere attivamente i diversi pubblici raggiunti (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2021). Sempre secondo la ricerca dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei beni e attività culturali, il 48% ha proposto laboratori e attività didattiche online soprattutto per le scuole, il 45% ha offerto tour e visite guidate online, il 13% ha offerto i podcast. Il fenomeno presto viene colto nella sua dimensione nazionale dalle istituzioni centrali che mettono in campo iniziative e servizi a sostegno, seppur non sempre di particolare efficacia: il caso più eclatante è probabilmente quello di ItsArt “la Netflix della cultura Italiana”, commissionata dal Ministero ai Beni Culturali a Cassa Depositi e Prestiti per fornire una piattaforma centralizzata per la diffusione e vendita di prodotti audiovisivi realizzati dalle istituzioni culturali (cfr. Cosimi, 2022).

In quei giorni, tuttavia, non sfuggiva a diversi osservatori il carattere prevalentemente improvvisato di tale rincorsa al digitale così come la quasi totale assenza di una visione strategica che collocasse la situazione contingente in una prospettiva di medio-lungo periodo. Nel costringere alla chiusura i musei, la Pandemia aveva finito per portare alla luce i molti ritardi accumulati negli anni passati, sui temi della transizione digitale. Eppure, non erano mancati i segnali di avvertimento, seppure a macchia di leopardo (Aliprandi e Dal Pozzolo, 2019), la transizione digitale aveva “intaccato” anche il mondo dei musei ma i progressi continuavano ad essere (troppo) lenti. Ancora nel 2018 il panorama nazionale risultava piuttosto sconcertante, con circa il 40% degli istituti museali ancora privo di un sito web dedicato, solo un quarto (24,8%) con una propria newsletter mentre appena il 13,4% disponeva di un catalogo digitale delle collezioni (Fondazione Symbola, 2018). Prima dell'arrivo del Covid, quindi, molti musei italiani consideravano il digitale come uno strumento secondario, marginale e, quando utilizzato, la sua applicazione riguardava prevalentemente la comunicazione e promozione di attività in presenza (visite guidate, manifestazioni, laboratori, aperture straordinarie, ecc.). Il lockdown impone, invece, una forte discontinuità che emerge, ancora una volta, dai dati statistici: i musei con un sito internet passano all'85%, nel 2020 e al 95% nel 2021, mentre la percentuale di musei con almeno un account social arriva all'83% nel 2021.

Si tratta di una fortissima accelerazione che, essendosi sviluppata in risposta a una situazione anomala, contingente e non perché supportata da una strategia di fondo, non si è (ancora) tradotta in un *upgrade* strutturale. Ma la breccia è stata aperta ed è probabile che il punto di non ritorno sia stato ormai superato. Se, infatti, il digitale si è imposto durante l'emergenza sanitaria per la sua efficacia nel raggiungere quei pubblici cui era interdetta la visita ai musei, ben presto gli operatori hanno compreso le sue potenzialità soprattutto per intercettare l'attenzione di *audiences* molto più ampie e di farsi conoscere da persone che, con molta probabilità, mai sarebbero venute a conoscenza della loro

esistenza. Inoltre, e forse molto più importante, il prolungarsi del periodo di lockdown ha permesso a molti musei di sperimentare format nuovi e pensati in modo specifico per il digitale, il cui successo renderà difficile il loro eventuale accantonamento quando ritornerà possibile la fruizione in presenza. Infine, gli operatori museali hanno necessariamente maturato una consapevolezza diversa rispetto al tema della transizione digitale che, oggi, si può dire ormai completamente legittimato ed “emancipato”. Questa apertura si registra, tuttavia, in un momento particolare in cui lo sviluppo tecnologico – che non si è mai fermato – sta mettendo a disposizione nuovi prodotti che favoriscono la realizzazione di esperienze ibride (*phygital*) in cui la dimensione fisica e digitale si penetrano in modo indissolubile. Inoltre, sempre in Italia, lo Stato immetterà nel sistema culturale ingenti risorse economiche – derivanti dal PNRR – proprio a supporto della transizione digitale delle organizzazioni del settore, creando un mercato che potrà attirare anche l’attenzione di imprese produttrici portatrici di tecnologie avanzate.

Dopo averci messo vent’anni per passare faticosamente dall’audioguida a pagamento alle visite in modalità virtuale, ora l’adozione da parte dei musei di sistemi più evoluti come gli NFT e il Metaverso non sembra più fantascienza.

La sfida della Terza Età: la graduale assimilazione di nuovi paradigmi da parte dei musei

Se spostiamo l’attenzione su un altro megatrend, ovvero il progressivo invecchiamento della popolazione in Italia, anche in questo caso possiamo osservare come musei e beni culturali abbiano iniziato a considerare seriamente gli effetti e le implicazioni di tale fenomeno sulla propria attività con un certo ritardo, seppure anche in questo caso non siano mancate le eccezioni e i casi di eccellenza. Senza arrivare al 2050, quando secondo le previsioni ufficiali dell’ISTAT il rapporto tra anziani e giovani salirà a 3:1 (ISTAT, 2021), gli effetti dell’invecchiamento sono già da molti anni evidenti. Negli ultimi 20 anni⁴, la popolazione italiana si è attestata al primo posto in Europa⁵, contando ben il 23% di ultrasessantacinquenni⁶, dando in questo modo vita ad una vera e propria “economia della terza età” o *silver economy* che ha trasformato circa 14 milioni di over 65 da un “problema sociale” a una opportunità di business. Esemplificativo, in questo senso, il caso del recente lancio del progetto *Next Age*, un percorso rivolto alle start-up che sviluppano soluzioni dedicate proprio alla Silver economy, promosso da CDP Venture Capital insieme ad un ampio partenariato di acceleratori di impresa, fondazioni bancarie, Università

⁴ Cfr. <http://dati.istat.it/index.aspx?queryid=7283>

⁵ Cfr. <https://www4.istat.it/it/anziani/popolazione-e-famiglie>

⁶ Cfr. <http://dati-anziani.istat.it/>

(Cassa Depositi e Prestiti, 2022). Nelle strategie di comunicazione e accoglienza tradizionalmente messe in campo dai musei, gli anziani hanno generalmente beneficiato di un trattamento particolare come l'accesso gratuito o a tariffa ridotta, analogamente ad altri servizi/attività culturali. Tuttavia, oltre a questa agevolazione, non si sono registrate negli anni passati iniziative sistematiche volte a coinvolgere attivamente questo pubblico, ad incontrare le sue specifiche esigenze e bisogni (soprattutto in termini di servizi) o a facilitarne l'accesso sia fisico sia cognitivo. Pur rappresentando una quota molto importante sul totale dei visitatori, anche in prospettiva futura – visto l'allungamento medio della vita e il crollo delle nascite nel nostro Paese – iniziative concrete di *engagement* rivolte agli anziani si sono registrate grazie a progetti e attività specifiche delle singole istituzioni, in assenza di iniziative di respiro nazionale come invece è successo per altre categorie fragili, come nel caso dei bambini/neonati o dei migranti (come il caso di *Nati con la Cultura* e del *Passaporto Culturale*: <http://www.naticonlacultura.it/passaporto-culturale/>). Oggi, invece, si registra una diversa sensibilità rispetto al tema e il diffondersi di pratiche e sperimentazioni mirate. Cosa è successo? Anche in questo caso, è interessante analizzare due fenomeni distinti che, ad un certo punto, si sono combinati e hanno prodotto un'accelerazione in tale direzione.

Il primo riguarda il tema del rapporto tra cultura e benessere. Oggi si parla di welfare culturale, ma fino a non molti anni fa cultura e salute erano concetti ben distinti e completamente separati. Che un medico prescrivesse al proprio paziente di andare a teatro o che in un museo partecipasse a programmi di terapia per persone affette da Parkinson o da Alzheimer era ritenuto semmai una curiosità, una situazione anomala, eccentrica. A sua volta, questa attenzione per i legami tra fruizione culturale e benessere individuale va ricondotta a un più ampio dibattito internazionale sul rapporto tra salute e stili di vita, anche e soprattutto in relazione alla vecchiaia, capace di prevenire la maggior parte delle patologie che colpiscono questo pubblico, migliorare la qualità della vita delle persone e, allo stesso tempo (e non secondariamente) alleggerire la pressione attuale e futura sui sistemi sanitari nazionali⁷. In tale ampio dibattito, l'arte e la cultura hanno registrato crescenti riconoscimenti come fattori chiave per il benessere delle persone sia sul piano sociale (rafforzamento dei legami sociali, incoraggiamento alla relazione con altre persone, contrasto alla solitudine, ecc.), sia psicologico (contrasto a malattie mentali, miglioramento della cognizione e della memoria), sia fisico (prevenzione/rallentamento di patologie, miglioramento postura, elasticità muscolare, coordinamento, ecc.). Grazie al diffondersi di pratiche e iniziative sul campo e al costante sforzo di elaborazione teorica e scientifica da parte di studiosi e ricercatori del settore

⁷ I dati indicano che in Italia al 2040 ci saranno oltre 19 milioni di anziani e 28 milioni di cronici, con incrementi rispettivamente del +38,5% (+5,4 milioni di anziani) e del +12% (+3 milioni di cronici). Cfr. Janssen Italia, 2022.

(ad es. Sacco *et al.*, 2011), a partire dal 2018 il riconoscimento del ruolo sociale della cultura viene definitivamente rilanciato a livello politico. Con la Nuova Agenda Europea per la Cultura del 22 maggio 2018⁸, infatti, la Commissione Europea riconosce l'importanza centrale della connessione tra cultura e salute fissando tra gli obiettivi strategici quello di «sfruttare il potere della cultura e della diversità culturale per la coesione e il benessere sociali» sostenendo la ricerca sugli scambi (*crossover*) culturali per valutare gli impatti in diversi ambiti, compresi salute e benessere.

Il 2018 è anche l'Anno Europeo del Patrimonio culturale⁹ e, in tale occasione arriva un'ulteriore “validazione” ufficiale del ruolo della cultura per il benessere individuale e sociale. La Commissione, infatti, promuove un'indagine attraverso Eurobarometro con lo scopo di valutare gli atteggiamenti e le opinioni dei cittadini europei sulla cultura: il risultato principale è che per il 71% degli europei (più di 7 su dieci intervistati) vivere in prossimità o in contatto con siti e beni culturali migliorerebbe la qualità della vita (cfr. Eurobarometro, 2017). L'anno successivo esce un fondamentale rapporto dell'Organizzazione Mondiale della Sanità dedicato proprio al ruolo delle arti «per la costruzione di salute – nella dimensione della cura, delle *medical humanities*, della promozione della salute – e per lo sviluppo di equità e di qualità sociale». In Italia, invece, si segnala negli stessi anni l'avvio dei lavori che porterà alla realizzazione di un progetto triennale (2019-2022)¹⁰ siglato dal Ministero della Famiglia e diretto al coordinamento delle politiche sull'invecchiamento attivo.

A questa tendenza – iniziata almeno un decennio prima, cresciuta nel tempo grazie all'iniziativa di numerosi operatori culturali e ricercatori, poi giunta finalmente alla ribalta istituzionale per tradursi in indirizzi di politiche e interventi dando vita a concetti nuovi ed efficaci come quello di “welfare culturale” – si aggiunge e imprime un'ulteriore fortissima accelerazione un secondo fattore ovvero l'emergenza sanitaria, che ha spinto verso una nuova centralità della salute volta a rintracciare nuovi modelli organizzativi, politiche e *governance* in grado di contrastare le diseguglianze sociali (in termini di accesso alle prestazioni e disparità regionali). Nel primo Rapporto Censis-Janssen Italia (2022) sulla Sanità, presentato a Roma durante la prima edizione di *The Italian Health Day*, emergono, tra gli altri, due passaggi chiave: a) il riconoscimento della sanità come ecosistema, ovvero come «un motore virtuoso delle mobilitazioni locali delle risorse dei tanti attori e mondi con cui si relaziona»; b) il ruolo attivo dei cittadini nella gestione della propria salute e una richiesta crescente da parte degli stessi di personalizzare il proprio percorso clinico (più del 94% dei cittadini si aspetta nel futuro una maggiore personalizzazione delle cure e il 93% auspica percorsi di cura modulati sulle proprie esigenze personali, dal

⁸ Cfr. EUR-Lex – 52018DC0267 – EN – EUR-Lex (europa.eu).

⁹ Cfr. Commission proposes 2018 as the European Year of Cultural Heritage (europa.eu).

¹⁰ Cfr. <https://famiglia.governo.it/it/politiche-e-attivita/invecchiamento-attivo/progetto-di-coordinamento-nazionale/>

domicilio al territorio, agli ospedali). L'arrivo della Pandemia poi ha colpito principalmente proprio gli anziani, mettendone a rischio l'incolumità ma anche contribuendo indirettamente al loro malessere a causa delle condizioni di isolamento in cui si vengono a trovare.

La combinazione dei due fenomeni – legittimazione istituzionale del ruolo sociale della cultura e riconoscimento degli anziani come categoria a forte rischio – stimola i musei a interrogarsi su come migliorare la loro capacità di accoglienza, di partecipazione/interazione e di valorizzazione verso questo pubblico, consapevoli che lo strumento della gratuità per l'ingresso non è più sufficiente vista la portata delle nuove sfide come il contrasto alla solitudine, l'accoglienza e la convivenza con la malattia, la memoria attiva per la valorizzazione e la trasmissione del patrimonio immateriale di cui gli anziani sono custodi alle nuove generazioni. Per le istituzioni museali, tuttavia, non si tratta di sfide facili: come nel caso della transizione digitale, i nodi vengono al pettine e riguardano la mancanza di strategie, la carenza di competenze interne (progettuali, tecniche) per disegnare nuovi e più efficaci servizi di accoglienza e di coinvolgimento attivo, la debolezza delle reti di relazione e collaborazione stabili e consolidate tra istituzioni culturali e servizi socio-sanitari, non limitatamente a singole iniziative di natura estemporanea.

Conclusioni

L'attenzione alla salute da parte dell'ambito culturale o la progressiva digitalizzazione sono dinamiche che erano già in essere prima della crisi sanitaria, che ha impresso una profonda accelerazione a questi fenomeni. Infatti, se un filo conduttore si può trovare nei due approfondimenti riportati, questo riguarda la difficoltà di leggere in anticipo le implicazioni di fenomeni in atto perché, erroneamente, li si considera esterni, marginali o poco influenti sulla propria operatività. Pur nella diversità delle situazioni, delle tipologie di museo e dei contesti territoriali, i musei hanno “subito” gli eventi e, nel migliore dei casi, sono riusciti a adattarsi, a trovare una propria via di uscita. Nel caso relativo alla transizione digitale, l'impatto è stato brutale perché le condizioni imposte dall'emergenza sanitaria hanno richiesto l'adozione di scelte drastiche, nella consapevolezza che non essere presenti sui canali digitali avrebbe equivalso a sparire. Maggiormente gradualmente, invece, le conseguenze connesse all'aumento della popolazione anziana in Italia e all'incremento dei rischi per la salute connessi alla diffusione del Covid. In questo caso, infatti, il dibattito scientifico e gli indirizzi politici avevano già contribuito a costruire – anche solo ad abbozzare – un *mindset* diverso dal passato, in cui il rapporto tra cultura e salute risultava acclarato e validato: di conseguenza, il prorompere della Pandemia e la centralità assunta dai temi connessi con la salute non hanno avuto l'effetto dirompente che, altrimenti, si sarebbe probabilmente verificato.

Bibliografia

- Aliprandi D., Dal Pozzolo L., *Cultural e digital transformation: tracce di una svolta (forse già avvenuta)*, in *Io sono Cultura*, Fondazione Symbola, 2019.
- BAM! Strategie Culturali (a cura di), *Creative Ageing. Mappatura di progetti culturali italiani dedicati all'invecchiamento creativo*, marzo 2021.
- Cassa Depositi e Prestiti, *CDP Venture Capital lancia Next Age*, 4 aprile 2022: <https://bit.ly/3m8yOOj>.
- Censis-Janssen Italia, *I cantieri della sanità del futuro*, 2022: <https://bit.ly/3NqF36V>.
- Cicerchia A., *Che cosa muove la cultura. Impatti, misure e racconti tra economia e immaginario*, Editrice Bibliografica, Milano, 2021.
- Cosimi S., *ItsArt, la Netflix della cultura italiana, ha le idee poco chiare*, "Wired", 17 febbraio 2022: <https://bit.ly/3xcR94J>.
- Dal Pozzolo L., *Il patrimonio culturale tra memoria, lockdown e futuro*, Editrice Bibliografica, Milano, 2021.
- Dipartimento per le politiche della famiglia, INRCA – Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico, *Le politiche per l'invecchiamento attivo in Italia: rapporto sullo stato dell'arte. Progetto "Coordinamento nazionale partecipato e multilivello delle politiche sull'invecchiamento attivo"*, Work Package 2 – Task 1, novembre 2020.
- Eurobarometro, *Special Eurobarometer 466: Cultural Heritage*, dicembre 2017: <https://bit.ly/3xeikwk>.
- Fancourt D., Finn S., *What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review*, WHO Regional Office for Europe, Health Evidence Network Synthesis report 67, 2019. Trad. it. CCW – Cultural Welfare Center in collaborazione con Dors Regione Piemonte, Fondazione Medicina a Misura di Donna, SCT Centre – Social Community Theatre Centre, *Quali sono le evidenze sul ruolo delle arti nel miglioramento della salute e del benessere? Una scoping review*, 2020.
- Fondazione Symbola, *Musei del futuro. Competenze digitali per il cambiamento e l'innovazione in Italia*, 2018.
- Fondazione Symbola, Unioncamere, *Io sono Cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, 2021.
- Grossi E., Blessi G., Sacco P., Buscema M., *The Interaction Between Culture, Health and Psychological Well-Being: Data Mining from the Italian Culture and Well-Being Project*, "Journal of Happiness Studies", vol. 13, n. 1, 2011.
- Hallam S., Creech A., *Can active music making promote health and well-being in older citizens? Findings of the music for life project*, "London Journal of Primary Care", vol. 8, n. 2, 2016.
- ISTAT, *Futuro della popolazione: meno residenti, più anziani, famiglie più piccole*, 26 novembre 2021: <https://bit.ly/3PYWowh>.
- Osservatorio Culturale del Piemonte, *Gli effetti del Covid sul comparto culturale del Piemonte nel 2021*: <https://ocp.piemonte.it/>
- Sciacchitano E., *Verso un approccio integrato per la cultura e il patrimonio culturale in Europa*, in *Impresa Cultura. Creatività, partecipazione, competitività*, 12° Rapporto annuale Federculture, Gangemi, Roma, 2016.

Valerii M., *The italian Health Day. I cantieri per la Sanità del Futuro*, 1° Rapporto annuale Censis-Janssen sulla Sanità italiana, Roma, marzo 2022.

Zarobe L., Bungay H., *The role of arts activities in developing resilience and mental well-being in children and young people a rapid review of the literature*, "Perspect Public Health", vol. 137, n. 6, 2017.