

Partecipare al patrimonio.

Riflessioni su nuove modalità di rapporto tra pubblico, patrimonio culturale e territorio

di Noemi Satta

giugno 2005

Musei, patrimonio culturale e pubblico: alla ricerca di un nuovo rapporto con i visitatori dei musei

Un interessante convegno di qualche mese fa parlando dell'introduzione della narrazione nei musei, esattamente dello story telling [1](#), e di nuove modalità per la didattica e per l'animazione culturale nei musei, metteva al centro direttamente o indirettamente il ruolo del pubblico e il rapporto di questo con i musei.

Questa relazione e i modi per svilupparla sono al centro delle riflessioni e delle note che seguiranno. Risulta interessante infatti osservare cosa accade quando si decide di sviluppare il dialogo tra musei (o per esteso patrimonio culturale) e pubblico, e come possono essere utilizzati metodi di sviluppo della partecipazione, già testati in molti contesti, dall'ambientale al sociale, anche nell'ambito culturale. Iniziamo il nostro ragionamento con una premessa.

Il ruolo del pubblico è certamente da ripensare. Lo diciamo forti dei tanti pareri e opinioni raccolti in questi anni di lavoro da operatori di ogni genere e grado del mondo dei musei e della cultura. Chi nei musei vive e lavora giorno dopo giorno, osserva un pubblico fatto oramai di gite scolastiche e di famiglie domenicali, e di poco altro ancora a meno che non si mettano in moto i meccanismi promozionali e l'appel di mostre evento. Eppure l'isolamento in cui versano, non tutti, ma certamente alcuni musei, sconcerta se si pensa al successo di grandi eventi di richiamo (come il Festival della Letteratura di Mantova, quello della Scienza di Genova o della Filosofia di Modena; ma anche le Letture Dantesche di Sermonti, per citare solo alcuni tra i più rinomati) che riescono a mantenere un'anima culturale e non solo commerciale.

Questi esempi ci fanno osservare un'Italia, nonostante tutto, assetata di cultura che accorre in massa ad assistere e partecipare ad iniziative che mettono al centro il libro e la lettura o la scienza e Dante, tutti argomenti considerati difficili per il grande pubblico. Qual è la probabile motivazione di questo grande successo? Il piacere dell'esperienza e di vivere una propria passione insieme ad altri, probabilmente: potremmo dire che risulta forte l'aspetto del socializzare l'arte o la cultura [2](#).

D'altronde se osserviamo le code per le cosiddette grandi mostre o mostre evento, potremmo scambiare per un segnale di larga partecipazione che abbatta quelle barriere all'accesso che sono davvero culturali. Ma questo fenomeno creato tramite efficaci campagne comunicative e una costruzione dell'evento mostra come "esperienza estetica chiavi in mano", purtroppo fa vedere un pubblico della categoria "polli da batteria culturale": ognuno costretto a beccare il mangime in ordine e nei tempi stabiliti, ognuno con la propria dose di "granaglia culturale" da ingurgitare volente o nolente. Il grande entusiasmo e l'effetto da "c'ero anch'io", si accompagna ad un'incredibile passività, senza alcun stimolo ad attivare il proprio senso critico, né ad elaborarne uno proprio grazie a queste visite. E questo naturalmente non aiuta nel proporre nuovi modelli di fruizione culturale o nel proporre azioni, iniziative e temi meno conformisti.

Proprio l'argomento delle grandi mostre porta poi necessariamente ad occuparsi delle politiche culturali dei grandi numeri. Quando il museo, influenzato o costretto, si riduce a contare i propri visitatori, e non a tenerne conto [3](#), è molto difficile considerare il pubblico come qualcosa di diverso da un'entità numerica. Ci dimentichiamo delle storie, dei percorsi, delle esperienze dei visitatori al museo. Ci dimentichiamo che il pubblico è fatto di persone, ed è a quelle persone che bisogna provare a parlare.

[1](#) Ci riferiamo alla conferenza internazionale "Raccontare i musei. Pedagogie innovative per rafforzare le competenze degli operatori" svoltasi a Torino il 4 e 5 febbraio 2005. L'iniziativa è stata promossa e organizzata da: Regione Piemonte - Direzione generale Beni Culturali/Settore Musei e Patrimonio culturale, Fondazione Fitzcarraldo, HoldenArt, ENCATC.

[2](#) Dati che riportano l'emergere del fattore della socialità tra le motivazioni della visita sono presentati in diverse ricerche sul pubblico. Cito la ricerca sul pubblico dei musei lombardi di cui si vede una sintesi di A. Bollo, *Le due facce della fruizione museale*, al link http://www.fizz.it/argomenti/pubblico/2003/bollo_1.htm

[3](#) Parafrasando il titolo di un bell'articolo di Eilean Hooper-Greenhill, "Si contano i visitatori o i sono i visitatori che contano?", in R. Lumley, a cura di, *L'industria del museo. Nuovi contenuti, gestione, consumo di massa*, Costa & Nolan, Genova, 1989

Comunicare, avvicinare, coinvolgere, far partecipare

Questo problema è tutt'altro che nuovo o indifferente per chi si occupa con passione e competenza di

musei: benchè talvolta oscurato dalle urgenze di tipo economico e finanziario, il coinvolgimento del pubblico e la sua interazione sono uno dei principali crucci di chi opera nei musei, o di chi a questo mondo è interessato.

Molte volte si è pensato di dare una risposta alla questione di come avvicinare il pubblico, incentivando la comunicazione del museo. Una comunicazione troppe volte schiacciata sull'emittente del messaggio e non sul destinatario, spesso unidirezionale e non centrata sui "linguaggi" dei diversi destinatari.

Non è difficile in generale, e non nella nostra epoca certamente, parlare di comunicazione, anche se museale, ma è sempre molto complesso l'atto in sé, che prevede la risposta almeno a due domande: cosa dico? A chi parlo?

Il museo si deve interrogare su cosa comunicare del proprio patrimonio di valori, di contenuti, di oggetti, di ricchezze, di servizi, di possibilità, di percorsi di lettura. Come fare a rendere chiara questa comunicazione, evitando i clichè e gli stereotipi? Come fare a chiarire la molteplicità contenuta nel museo?

Questi interrogativi pongono poi il problema della riconoscibilità di un museo (ancora più sentito nelle forme museali meno tradizionali, come gli ecomusei, i musei del territorio, etc, che ancora di più riscontrano questa esigenza di confronto con un'identità percepita e da comunicare).

Dalla riconoscibilità alla partecipazione il nesso logico è immediato, ma nella pratica la partecipazione è qualcosa di difficile da ottenere senza spendere delle energie progettuali, di risorse umane, di motivazione nel tentativo di aprire il museo e di renderlo, per così dire, un luogo d'ascolto. Un forum e non un tempio, per usare un'immagine consueta che ci aiuti a tradurre il non semplice passaggio verso la partecipazione. Al di là delle intenzioni, come si fa a rendere un museo, o un ecomuseo, partecipato? E in generale cosa significa partecipare?

Partecipazione: definizione, metodi e casi. Pensando al rapporto allargato tra musei pubblico e territorio

Parliamo della partecipazione allora, chiedendoci innanzitutto cos'è e vedendone alcuni metodi e soprattutto brevemente descrivendo alcuni casi interessanti.

Con partecipazione intendiamo un coinvolgimento attivo dei nostri interlocutori (abitanti dei territori, categorie di pubblico particolari [4](#), etc.) al fine di rendere il museo (o l'ecomuseo) un luogo di dialogo, di interazione, di costruzione condivisa di contenuti, di progetti, di allargamento della conoscenza, di inclusione sociale [5](#) oltrechè di adozione del bene culturale o del patrimonio di un territorio. Questo è tanto più vero oggi, dove è forse necessario affiancare alla, com'è oramai diventata, retorica del turismo culturale e dei suoi benefici effetti, azioni che per lo meno raggiungano il risultato dell'avvicinamento degli abitanti di un territorio all'ambito dei beni culturali. Per ottenerne una crescita culturale, soprattutto, e per attivare confronto e vivacità, per mettere in atto una presa di consapevolezza, per tutto questo è utile attivare la partecipazione, utilizzando una strumentazione metodologica che ci aiuta a condurre e moderare riflessioni e rappresentazioni utili a muovere la partecipazione dal basso.

Quali sono i metodi di sviluppo partecipativo?

Sono tutti quei metodi, in generale e non solo applicati al mondo culturale, rivolti a chiedere alle persone di esprimersi in termini non nichilisti sul proprio futuro. La partecipazione è stimolata attraverso metodologie testate e applicate in Italia e all'estero (Participatory Learning Action, o PLA; metodo delle Parish Map o delle mappe culturali; metodo del Teatro dell'oppresso o del Teatro Forum, per fare solo alcuni esempi, ma anche Ricerca-azione, Planning for real, Scenario workshop, Searching for future). Si ricorre a queste metodologie quando serve mettere in luce le forze propositive e progettuali latenti nella comunità, quando serve far riflettere, trovare dei momenti di coesione, o anche semplicemente accentuare dei processi di consapevolezza delle proprie risorse.

Parlare di metodologie di partecipazione può sembrare quasi un controsenso. In effetti la partecipazione non è qualcosa che si può imporre o che può nascere per decreto, ma in molti territori, in molte organizzazioni e situazioni, c'è forse bisogno di attivare dei processi, di mediare e di catalizzare energie. Il ruolo di questi progetti non è tanto di realizzare quanto di avviare. E' necessario davvero poi che a continuare siano i destinatari (visitatori e abitanti di un territorio), quali reali attori di un processo. Parlando di metodi quindi, come qui faremo, ci riferiamo a strutture scarse di lavoro, dove l'importante è proprio avere competenze di mediazione, di ascolto, e capacità di cambiare gli schemi se la realtà lo richiede. Racconteremo adesso proprio le modalità di lavoro delle mappe culturali e del Participatory learning Action, per poi vederne due applicazioni e casi concreti.

Leggere il territorio e fare progetti a propria misura

Il metodo delle mappe culturali agisce sulla consapevolezza degli abitanti di un territorio rispetto alle proprie risorse e potenzialità. Stimola e fa riconoscere pregi e virtù di un luogo, il valore delle risorse (materiali e immateriali) in esso contenute o espresse, con l'obiettivo di far ricordare, confrontarsi, guardare avanti, condividere. Il lavoro prende il via dal vissuto dei singoli abitanti, andando a scavare sui

temi e le storie, sui valori culturali, mettendo al centro il punto di vista della popolazione. Lo scopo è sensibilizzare e avvicinare ai temi e alle iniziative dell'ecomuseo. Le fasi principali del progetto sono:

- creazione di un gruppo di lavoro locale e formazione sul metodo
- definizione di un gruppo di ricercatori delle risorse culturali del paese: si tratta di circa 30/40 persone, moderate dal gruppo di lavoro locale, precedentemente formato
- si arriva ad una mappatura finale del territorio. Il lavoro deve poi essere rappresentato da un pittore locale
- la mostra finale e la discussione con tutta la comunità rappresenta la conclusione del lavoro.

Il metodo del PLA (Participatory Learning Action), invece, è una modalità di sviluppo che indaga sull'identità del territorio, in modo che i suoi abitanti possano riconoscerla e sappiano valorizzarla, e iniziare a ragionare sulle proprie opportunità di sviluppo. Il PLA parte dal basso e intende non imporre una visione esterna alla comunità sul suo sviluppo futuro.

In particolar modo con questo metodo si intende motivare la comunità coinvolta:

- alla progettualità e al coordinamento
- all'impegno per uno sviluppo locale, secondo le proprie forze e i propri mezzi, che non sia snaturante rispetto alla propria vocazione territoriale.

Le azioni operative del PLA sono:

- la progettazione e la formazione al metodo di un gruppo di lavoro (mediatori, ricercatori, e gruppo di collante per le fasi del follow up)
- la passeggiata trasversale e la settimana di colloqui e di animazione della comunità
- la serata finale. Momento partecipativo per eccellenza e fondamentale per "restituire" alle persone interpellate e alla comunità la propria visione di se stessa. Quest'ultima inoltre è chiamata a valutare le idee e i progetti derivanti dai colloqui con le famiglie, e a stabilire quali eventualmente portare avanti con il proprio impegno.

Visti i metodi andiamo a descrivere due casi, il primo in Valle Stura, provincia di Cuneo, racconta del progetto delle mappe culturali, il secondo a Nurri, in provincia di Nuoro, racconta del lavoro partecipato svolto.

Le mappe culturali ovvero la comunità locale che racconta il suo patrimonio culturale e valorizza la propria identità

Si dà spesso per scontato che la comunicazione sia da attuare verso pubblici esterni, di tipo turistico, senza ritenere che i primi a essere sensibilizzati siano proprio i membri di una comunità.

Questo era il presupposto di base da cui partiva l'esperienza delle mappe culturali dell'Alta Valle Stura in provincia di Cuneo [6](#).

La zona ospita un ecomuseo, uno dei tanti realizzati in Piemonte, della pastorizia, attività dominante nella zona, dove attualmente risiedono 80 famiglie di allevatori contro le 3 famiglie esistenti 20 anni fa. Da allora il processo di valorizzazione innanzitutto della razza ovina, la pecora Sambucana, che rischiava l'estinzione, è andato molto avanti, anche grazie all'azione di protezione e di valorizzazione attuata da un apposito consorzio. Tutto ciò ha permesso di mantenere un buon tenore di vita, ma non certo di risolvere i problemi che affliggono anche questo territorio montano, come lo spopolamento e l'isolamento.

In questo quadro si inserisce l'iniziativa delle mappe culturali. Nasce per impulso dell'Ires, Istituto della Regione Piemonte deputato alla ricerca, e soprattutto per interesse e impegno di Maurizio Maggi e Donatella Murtas, che consapevoli del divario esistente tra territorio, comunità e le proprie risorse culturali, decidono di affidarsi a una metodologia [7](#) ben sperimentata in Gran Bretagna, adatta a piccole comunità montane o rurali, e rivolta a far (ri)conoscere le proprie piccole o grandi caratteristiche distintive, quelle che rendono particolare o diverso un territorio.

Parte così il progetto pilota di sperimentazione della metodologia, tramite il quale la comunità ha appreso un metodo, ragionato sul progetto, si è entusiasmata e ha partecipato attivamente al lavoro, nelle sue diverse fasi, dalla presentazione (accompagnata da un'esposizione di alcune delle mappe culturali realizzate in Inghilterra) alle prime assemblee, al lavoro svolto per piccoli gruppi, fino all'elaborazione di alcune mappe culturali, presentate all'intera comunità [8](#).

Un facilitatore locale, Stefano Martini, responsabile attività culturali della Comunità Montana Valle Stura, animatore dell'Ecomuseo, conoscitore profondo della comunità e residente nel territorio, ha coordinato le diverse fasi e seguito il procedere dei lavori, insieme ai ricercatori dell'Ires (che nel complesso hanno mantenuto un ruolo di mediazione per non influenzare i lavori della comunità e il suo apprendere dalle proprie esperienze).

Cosa si è ottenuto?

E' difficile dirlo nell'immediato. Questi processi prevedono tempi lunghi, una visione armonica e allargata all'intero scenario. Certamente il recupero di memorie e aneddoti, una crescita di autostima e di giusta valorizzazione del proprio patrimonio, un collante stabilito tra popolazione, risorse culturali e territorio. Se

in ogni famiglia del territorio interessato da questi progetti esiste una mappa culturale realizzata [9](#) che occupa un posto a fianco alle foto dei parenti sul camino, probabilmente si è per lo meno ripristinato quel legame affettivo, quel senso di appartenenza e di non indifferenza, che aiuta a far vivere un ecomuseo.

Nurri: un territorio conflittuale dove riiniziare a progettare con gli abitanti

A Nurri (NU) il lavoro prevedeva oltre alla rappresentanza dell'esistente, una spinta verso la progettualità. Nurri rappresenta, questo va detto, un caso diverso e particolare. Il territorio, infatti, arrivava alla prima esperienza di progetto partecipativo nel 2001, con un sindaco appena eletto dopo un lungo periodo di forti conflittualità che impedivano elezioni serene. Nonostante l'iniziale momento di distensione permaneva ancora un clima di fatalismo e di rassegnazione. Queste ultime caratteristiche, unite all'idea dell'essere troppo "piccoli" per intervenire e prendere decisioni sulla propria esistenza, delegando sempre ad altri la responsabilità di prendere decisioni e di realizzarle, esistono, e non è la prima volta che lo verificiamo, in generale nell'Italia rurale e montana, ma in generale anche in altri territori del mondo "latino": si tratta di un'impasse che è innanzitutto di tipo culturale, un blocco, un'attesa che arrivi qualcuno, il sindaco, un referente della provincia o della regione e prenda in mano tutto e agisca. La comunità locale è restia ad agire in prima persona, ha bisogno di essere ancora stimolata e motivata all'azione.

La soluzione intrapresa a Nurri è stata quella di iniziare e continuare ad animare con due interventi, uno del 2001 e un altro del 2004 [10](#).

Le fasi che abbiamo visto prima brevemente descritte agiscono soprattutto sul coinvolgimento, colpo dopo colpo, della comunità, che riceve quasi un bombardamento (informazione preliminare e durante, interviste, riunioni di gruppo, passeggiata trasversale del territorio, serata finale) di stimoli.

I risultati di ogni fase d'azione vengono "registrati in presa diretta" attraverso strumenti di visualizzazione adattati ai casi specifici, vengono rielaborati, vengono presentati durante la serata finale.

La serata finale a Nurri, nelle due diverse azioni condotte nel 2001 e nel 2004, è stata sempre condotta come un momento creativo, ludico, dove far passare dei messaggi e dove restituire alla comunità stessa le proposte fatte dai cittadini coinvolti nel lavoro. La scelta del tono, leggero, di forme espressive immediate e il più possibile comunicative (come brevi scenette teatrali, cartelloni disegnati, poesie in dialetto, etc) è motivata dal volere rendere il messaggio il più chiaro possibile.

Scegliere poi il mezzo dell'ironia [11](#) offre l'opportunità eventualmente di comunicare meglio e magari invertendo i ruoli: chi sta sul palco non domina, ma è scalzato da una risata. Questo ancora di più mostra che il potere di cambiare è in mano alla comunità, senza che si creino residui timori reverenziali rispetto al consulente esterno.

A fine della serata, momento cruciale e di emersione allo scoperto di un lavoro più lungo e complesso, le persone presenti votano le idee progetto (create da altri concittadini) dove ritengono di volersi concretamente impegnare. Seguono le fasi del lavoro per portare avanti i progetti.

A partire dal 2001, attraverso i gruppi di lavoro, le idee progetto sono state elaborate e con l'assistenza di un ufficio appositamente creato dal comune, si sono trasformate in azioni sociali e di creazione d'impresa. L'edizione del 2004 e i suoi frutti sono ancora sotto osservazione, e per certi versi è ancora difficile dire cosa accadrà (questi processi infatti vengono sì avviati attraverso il concorso di consulenti esterni ma il percorso poi deve essere gestito a livello locale). Già possiamo considerare come un primo risultato la sensibilizzazione e l'abitudine a lavorare insieme che ha contagiato alcune persone. Il resto crescerà se gli abitanti vorranno proseguire su questa strada dell'autodeterminazione.

Quali le caratteristiche generali dei progetti di partecipazione

Nei due casi appena visti, (dove il primo si concentra sulla fase della consapevolezza e il secondo tenta di arrivare fino alla progettualità condivisa, con il focus specifico del primo sul patrimonio culturale e del secondo sui processi sociali), ci sono certamente delle linee comuni che adesso proviamo a descrivere con un breve vademecum.

- **Partecipare davvero**
La partecipazione è qualcosa di complesso, come abbiamo visto. Ma certamente non può essere confusa con quei progetti belli e pronti, promossi e realizzati dall'alto, che solo all'ultimo inseriscono azioni di coinvolgimento della popolazione. Il tutto si traduce in un maquillage di un'azione top-down, progettata dall'alto a cui si chiede semplicemente di dare un'approvazione, o in cui si pretende che gli altri partecipino nelle ultime fasi a decisioni già prese.
- **Tempi lenti**
I tempi lenti (dai 3 ai 12 mesi per realizzare l'azione di animazione del territorio, più la risposta che si deve formare e crescere) sono propri di questi progetti, che prevedono di agire con le persone e con la mentalità di un luogo. E' inutile pretendere di forzare questa naturale lentezza a meno di non voler snaturare l'aspetto partecipativo dei progetti.
- **Integrare le conoscenze**
L'approccio che si predilige in questo genere di lavoro è di valorizzare il sapere di tutti. Spesso i saperi locali sono necessari e di integrazione a quelli degli esperti. L'approccio dell'esperto è quello

di non salire neanche in cattedra, valorizzando del proprio ruolo l'aspetto di mediazione tra le conoscenze di tutti.

- Uscire dagli schemi

Abbiamo parlato finora di metodi. Ma si intende che l'approccio non può essere dogmatico né meramente concentrato sull'applicazione di procedure. Riuscire ad uscire dagli schemi è essenziale, quando un metodo può risultare una gabbia. In questo caso riuscire a comporre delle variazioni sul tema, a seconda dei casi, aiuta a trovare soluzioni.

- Immagini e non solo parole per comunicare

Lavorare praticamente, oserei dire manualmente, e lasciando qualcosa di tangibile a testimonianza del processo: questo è un aspetto determinante dei processi di comunicazione e di allargamento effettivo alla popolazione del lavoro. Da qui il valore di mezzi quasi artigianali e a basso contenuto tecnologico, come cartellini, cartelloni, disegni, poster, etc. Serve poter dare immediatezza e soprattutto assicurare a tutti l'accesso alla rappresentazione e alla comunicazione.

- "Celebrare" l'avvenimento della partecipazione

Il momento finale del lavoro prevede sempre uno spazio di celebrazione, una serata finale, in cui gli animatori (rap)presentano i lavori, i progetti realizzati, le idee da proporre a tutta la comunità da una parte della comunità stessa. Qui più forte è sviluppato il tono dell'ironia, della creatività, della semplicità, più forte e coinvolgente sarà la comunicazione.

- Serve una leadership locale

Affermazione che potremmo anche tradurre nell'augurio o nella fortuna di incrociare persone coraggiose, che non abbiano paura del giudizio degli altri e che vogliano cambiare qualcosa del loro paese.

Il contatto con altre esperienze, con i consulenti esterni, con altri paesani ritrovati sotto un'altra veste nel gruppo di lavoro, può aiutare in questo processo di creazione di una leadership locale, senza la quale, è molto difficile riuscire a portare avanti dei processi di "coscientizzazione" [12](#) o di presa di consapevolezza effettiva.

[4](#) L'attivo coinvolgimento nei musei di categorie particolari (come persone con disagio psichico, o anziani, o bambini e adulti con disabilità, etc) avviene anche in Italia, con progetti ed esperienze che però ancora compongono un panorama non del tutto sistematizzato. Può essere interessante, per questo, riferirsi ad un esempio inglese, di laboratori didattici per homeless, esperienza raccontata da Paola Galli, education coordinator alla Courtauld Institute of Art di Londra, che descrive il lungo processo di "reclutamento" di senza tetto attuato attraverso la mediazione di facilitatori presenti nei quartieri più difficili di Londra. Il laboratorio inizia già dal momento della raccolta dei fruitori, fase importantissima dove si deve conquistare la fiducia, prima di poter procedere con il laboratorio vero e proprio. Quest'esperienza ha portato dentro il museo persone che normalmente non si sarebbero sentite in grado non solo di partecipare alle attività, ma neanche di varcarne la soglia. Il ruolo del museo è ritagliato sull'essere anche centro di apprendimento e di inclusione sociale. Si veda per approfondimenti il sito <http://www.courtauld.ac.uk/index.html> e le pubblicazioni sulla didattica della serie "Fresh Vision, learning at Somerset House" pubblicate nel 2004 e dedicate alle iniziative della Courtauld Institute of Art, dell'Hermitage Rooms, della Gilbert Collection.

[5](#) A proposito di inclusione sociale nel mondo della cultura si veda il numero monografico "Cultura ed inclusione sociale" di Economia della cultura, anno XIV, 2004/n.4, ma anche il testo a cura di Richard Sandell, *Museums, Society, Inequality*, Routledge, London, 2002. Un altro esempio inglese può essere illuminante su come è interpretato da un museo il ruolo di mediatore e di attivatore di processi di apprendimento, di inclusione, di partecipazione. Il Childhood Museum di Benthnal Green a Londra sorge in un quartiere difficile, con l'obiettivo di fornire ai bambini occasioni di gioco e di apprendimento. Un progetto a cui si è dato vita nei mesi passati risulta, tra le varie iniziative promosse o ospitate dal museo, particolarmente interessante: "Viewpoints: children's photo project". Si è trattato di riunire i bambini e di chiedergli di raccontare la loro Londra attraverso degli scatti fotografici. Moltissimi i risultati di questa esperienza: un premio, una mostra fatta dal pubblico, un'acquisizione di consapevolezza delle proprie possibilità da parte dei bambini, un coinvolgimento di bimbi da quartieri, famiglie ed etnie diverse. Le foto premiate molto belle, testimoniano anche della bravura dei bambini, ma molti di loro nei commenti fanno notare la gioia del gioco, della responsabilità, della scoperta. L'intero percorso è ora documentato da una brochure distribuita all'interno del museo stesso. Per maggiori informazioni si veda il [sito](#) del museo stesso e il [sito](#) del progetto a cura della Children's Fund Partnerships.

[6](#) Questo caso è stato studiato all'interno di una ricerca commissionata all'interno del progetto Laboratorio Appennino. I risultati sono visibili nel testo di N.Satta, R. Bonucchi, *Casi di eccellenza e buone prassi nella promozione e valorizzazione del turismo in Emilia Romagna*, Provincia di Modena, Modena, 2004. Le considerazioni che seguono, sia sul caso specifico che sulle caratteristiche comuni alle due esperienze, quella piemontese e quella sarda, derivano anche da un confronto avuto con Maurizio Maggi, responsabile delle ricerche in campo ambientale e del patrimonio locale per l'Ires, istituto di ricerca della Regione Piemonte, e Donatella Murtas, direttore Ecomuseo dei Terrazzamenti e della Vite, nell'aprile 2005 intorno

al tema della partecipazione. A loro in maniera particolare vanno i miei ringraziamenti per la disponibilità a discutere e a scambiare idee ed esperienze su queste tematiche. Un resoconto del progetto in Valle Stura si trova al link http://www.ecomusei.net/User/osservatorio_progetto.php?regione=piemonte&operazione=Mappe%20culturali&id=8

7 Il metodo di riferimento è quello delle Parish Map applicato con sistematicità e diffuso anche grazie al tramite di [Common ground](#), società che si occupa di diffondere metodi di partecipazione nelle aree rurali.

8 E' consigliabile vedere il documentario "Ecomusei. Proposte per riflettere" a cura del Laboratorio Ecomusei della Regione Piemonte, proprio dedicato agli ecomusei e che presenta un breve filmato, realmente chiarificante, sull'esperienza di lavoro della mappa culturale. Il video si può richiedere alla Regione Piemonte o direttamente al Laboratorio Ecomusei.

9 Ha l'aspetto di un poster con riquadri disegnati come un cantare medioevale. Racconta per immagini le leggende, le credenze, gli aneddoti, e in generale si può dire espone le risorse immateriali e materiali recuperate attraverso il lavoro.

10 I due interventi, ai quali ho partecipato direttamente come consulente esterna e come facilitatrice, nascono in modo diverso. Il primo è stato promosso dal CIFDA, Centro Interregionale Formazione Divulgatori Agricoli, Sardegna, ente di formazione per la divulgazione tecnica e per lo sviluppo rurale. Il secondo è stato direttamente promosso dall'amministrazione comunale, in un progetto che prevedeva l'allargamento del metodo al vicino comune di Orroli (dove il PLA è stato effettivamente realizzato nell'aprile 2005). Il secondo PLA ha previsto delle ore di formazione dedicate a giovani laureati del territorio, per formarli e per motivarli ad agire come coordinatori del processo. A fine progetto il nucleo uscito dalla formazione aveva raggiunto la fisionomia di un gruppo di iniziativa locale, elemento fondamentale per assicurarsi un'autogenerazione del processo e del progetto di animazione locale.

11 Sull'ironia nella risoluzione dei conflitti e nella pratica dell'ascolto attivo si veda M.Sclavi, *Arte di ascoltare e mondi possibili. Come si esce dalle cornici di cui siamo parte*, Bruno Mondadori, Milano, 2003.

12 Il termine si deve alla produzione teorica e pratica di Paulo Freire, teorico dell'approccio partecipativo e dello sviluppo dal basso, che ha dato luogo a molte applicazioni dall'ambito propriamente pedagogico a quello dello sviluppo territoriale. Suo è il famoso *Pedagogia degli oppressi*, edito nel 1971 da Mondadori (e ora riedito da Edizioni Gruppo Abele), ma si vedano anche P. Freire, *Education for critical consciousness*, Continuum, London, 2005 e P.Freire, *Pedagogy of hope*, Continuum, London, 2004.

Conclusioni interlocutorie: interagire e ascoltare le persone nei musei

Abbiamo parlato, riprendendo il filo del nostro discorso, di partecipazione, vedendo cos'è un approccio partecipativo, quali sono i metodi, e due casi concreti. Abbiamo affrontato questi temi al fine di verificare la possibilità di intessere una trama di rapporti tra patrimonio culturale, musei e pubblico.

Nei casi analizzati il momento più delicato non è la messa in moto del processo, ma il seguito del cammino. Quando si spegne l'energia data dall'esterno dai motivatori, dai mediatori, dagli esperti, il territorio, l'ecomuseo, il singolo museo, deve rimanere acceso trovando il modo di proseguire sul solco tracciato.

Il seguito, il follow up, è sempre il momento delicato, quello in cui si dimostra di poter procedere a creare occasioni di ascolto reciproco, di avvicinamento, di riflessione, di presa di coscienza.

Concretamente parliamo di gruppi di lavoro che sanno procedere, parliamo di trasmissioni di conoscenze, parliamo di creatività e ascolto applicato alla consueta amministrazione del bene culturale, parliamo anche di sistematizzazione di esperienze portate avanti meritoriamente ma in modo incostante e isolato.

Il pubblico non solo come sfondo, come spettatore attonito dalla spettacolarità delle nuove architetture, come passivo ricevente di "aure" estetiche delle opere e del patrimonio culturale. Ma con un ruolo forte di interazione e dialogo, di contributo alla creazione dell'esperienza estetica e conoscitiva.

Per far questo bisogna far emergere dal pubblico, le persone e il loro bagaglio conoscitivo, di desideri e di comportamenti.

Le esperienze anche in Italia, nella didattica per esempio, non sono poche, e fanno pensare che questa strada sia stata già intrapresa, anche se una sistematizzazione dei progetti, dei metodi usati, dei risultati non potrebbe che aiutare nel proseguimento e nell'allargamento dei lavori.

A questo proposito una testimonianza captata dalla lista museale musei-it aiuta a riflettere sullo stato delle cose. Si parlava di giovani e musei e di nuovi linguaggi e strumenti comunicativi per avvicinarli e trasmettere loro un senso di piacere e non di noia e costrizione. Un intervento di un'operatrice museale, che si occupa proprio di comunicazione, e che racconta delle reazioni del figlio adolescente ai musei è particolarmente illuminante. L'adolescente frequenta sì i musei, ma come una "deportazione" (parole del ragazzo stesso), preferendo magari la biblioteca che funziona più come luogo di aggregazione dei giovani,

alternando studio e svago, potendo uscire e entrare dallo spazio con maggiore agio. Nel museo il ragazzo entra comunque, per via del lavoro della madre. E' in quel caso che libero di esplorare e di farsi un suo percorso, libero di interagire, riesce a vivere un'esperienza piena e ricca. Riportiamo un brano dell'intervento nella mailing list [13](#):

(...) Quando mi capita di portarmelo dietro in ufficio, ho lasciato che girasse per il museo. Libero, senza obbligo di capire ciò che altri gli vogliono dire, ma solo cercando sensazioni, lasciando che l'immagine degli oggetti esposti lo colpisse. Allora si è suggestionato ed ha amato i luoghi. Molte volte mi ha descritto sale che conoscevo a memoria con parole che me le facevano apparire come nuove. Lui le aveva viste con i suoi occhi, trovato le sue emozioni, (...) quando ha potuto il percorso tra gli oggetti se l'è costruito lui da solo, senza bisogno di molto altro. (...)

Allora cosa inventare per portarli dentro i musei? Lasciarli liberi di entrare e uscire, di usare i luoghi come fossero parchi con alberi e fiori, essere disposti a trovarli arroganti antipatici e malvestiti (mio figlio ha 18 anni, i suoi amici pure, è per questo che lo dico) senza vergognarci della nostra età diversa. In termini tecnici vuol dire mettere personale nelle sale, attento, presente, ma non opprimente. Che sappia parlare con le persone. E poi ascoltare, ascoltare e ascoltare ancora. (...)

A me sembra che per fare un buon museo uno dei punti di partenza debba essere il rispetto per il pubblico che arriverà. Tra loro i giovani.

Queste considerazioni portano a concludere con una domanda rivolta a tutti quelli che, compresa me, si occupano di musei e di cultura, di sviluppo e valorizzazione: siamo davvero pronti a far entrare le persone nei musei, a rinunciare ad un po' del potere proprio del ruolo dell'esperto, a creare un "linguaggio comune" tra patrimonio culturale e persone, sia che essi siano abitanti del territorio o visitatori, per rendere i musei dei luoghi aperti, di rispetto e ascolto?

[13](#) L'intera discussione si può vedere nell'archivio del mese di maggio 2005 dal link <http://mail.df.unipi.it/Lists/musei-it/List.html>, o iscrivendosi dal sito della lista museale <http://www.musei-it.net>.