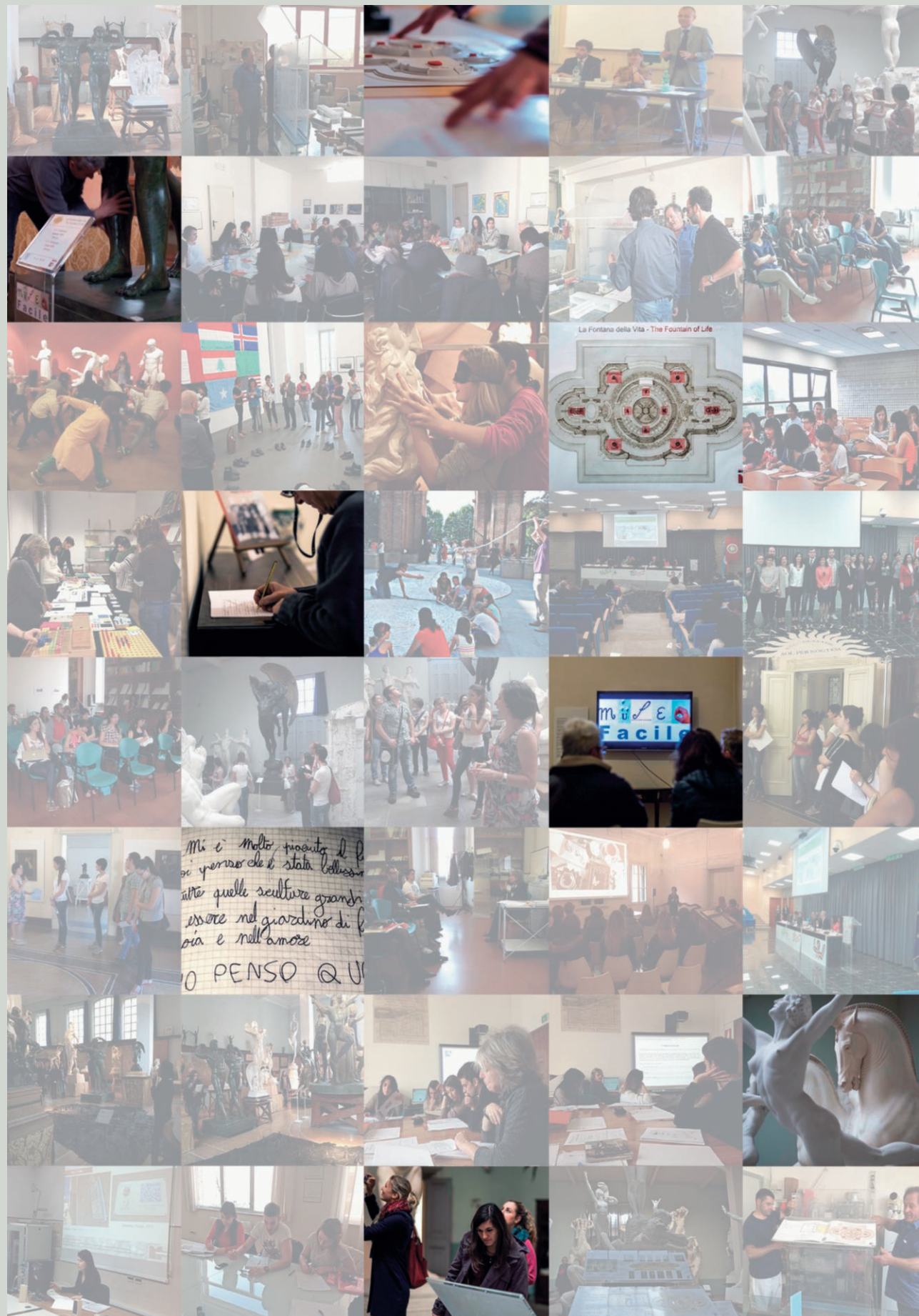


**Collana Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia  
Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale**

1. *La descrizione dei manoscritti: esperienze a confronto*, coordinamento scientifico di Edoardo Crisci, Marilena Maniaci, Pasquale Orsini, Cassino, Università degli studi di Cassino, Dipartimento di Filologia e Storia, 2010, ISBN 9788890471308 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Filologia e Storia*, 1)
2. *Oratoria, retorica, cultura: contributi alla figura di Cicerone*, a cura di Paolo De Paolis, Cassino, Università degli studi di Cassino, Dipartimento di Filologia e Storia, 2011, ISBN 9788890471315 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Filologia e Storia*, 2)
3. *Il soggetto precario. Saggi sul romanzo francese contemporaneo*, a cura di Valerio Magrelli, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2012, ISBN 9788890471322 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 3)
4. *Manoscritti e lettori di Cicerone tra Medioevo e Umanesimo*, a cura di Paolo De Paolis, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2012, ISBN 9788890471339 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 4)
5. *Le Filippiche di Cicerone tra storia e modello letterario*, a cura di Paolo De Paolis, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2013, ISBN 9788890471346 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 5)
6. *L'emigrazione italiana in 150 anni di storia unitaria*. Atti del Convegno (Cassino, 13-14 ottobre 2011), a cura di Silvana Casmirri, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2013, ISBN 9788890471360 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 6)
7. *Libri e testi. Lavori in corso a Cassino*, a cura di Roberta Casavecchia, Paolo De Paolis, Marilena Maniaci, Giulia Orofino, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2013, ISBN 9788890471353 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 7)
8. *Lezioni di dottorato 2012*, a cura di Luciana Pirè, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2013, ISBN 9788890471377 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 8)
9. *Modelli educativi e formazione politica in Cicerone*. Atti del V Simposio ciceroniano (Arpino, 10 maggio 2013), a cura di Paolo De Paolis, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2014, ISBN 9788890471391 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 9)
10. *Haine de la musique*, a cura di Valerio Magrelli, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2013, ISBN 9788899052003 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 10)
11. *Scrittura epigrafica e scrittura libraria: fra Oriente e Occidente*, a cura di Marilena Maniaci, Pasquale Orsini, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2013, ISBN 9788899052027 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 11)
12. *Museo Facile. Progetto sperimentale di comunicazione e accessibilità culturale*, a cura di Ivana Bruno, Cassino, Università degli studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2015, ISBN 9788899052041 (*Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia*, 12)

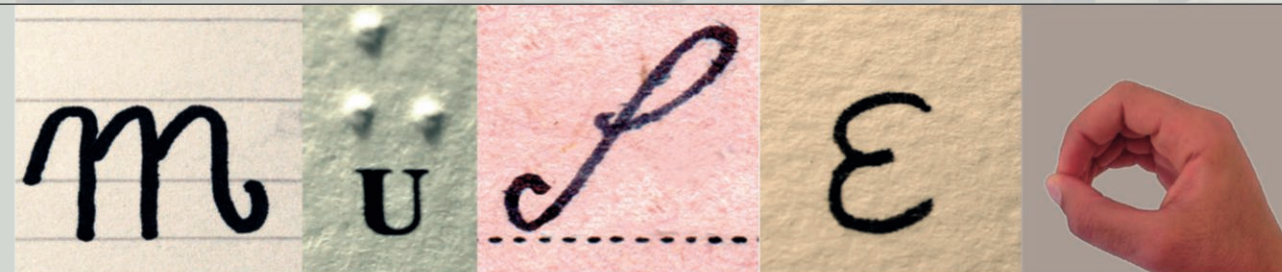


12

Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia

12

a cura di Ivana Bruno



**F a c i l e**

Progetto sperimentale di comunicazione e accessibilità culturale

a cura di Ivana Bruno

Museo Facile



2015

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CASSINO E DEL LAZIO MERIDIONALE  
DIPARTIMENTO DI LETTERE E FILOSOFIA

*Museo Facile* è un progetto di comunicazione e accessibilità culturale, nato nel 2012 dalla collaborazione tra l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale e il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, con l'apporto prezioso di altri partner, quali la Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi, l'Istituto Statale Sordi di Roma e l'Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo.

Il percorso progettuale ha previsto tirocini formativi che hanno coinvolto studenti universitari dell'ateneo di Cassino, provenienti dai corsi di studio in Lettere, Beni Culturali e Scienze della Comunicazione.

I principali destinatari sono adulti con aspetti di analfabetismo funzionale, persone con disabilità visive o uditive e comunità straniere di immigrati ovvero tutti coloro che presentano vari tipi di difficoltà a livello linguistico nel partecipare attivamente alla conoscenza del patrimonio culturale nazionale.

Il risultato di tre anni di lavoro su *Museo Facile* è stato la messa a punto di un nuovo sistema integrato di comunicazione, dinamico e comprensibile, che possa rendere piacevole - e allo stesso tempo efficace - l'esperienza e l'apprendimento all'interno del museo, andando incontro alle diverse esigenze dei visitatori. A questo scopo vengono forniti strumenti innovativi per una larga accessibilità, anche per non udenti e non vedenti, funzionali alla comprensione delle collezioni e all'utilizzo del museo come luogo di incontro e di integrazione sociale. Tale sistema risulta implementabile e trasferibile con facilità in contesti diversi.

Luogo di sperimentazione del progetto è il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, studio-abitazione dello scultore e pittore norvegese-americano vissuto nella capitale durante la prima metà del Novecento: un Museo poco noto al grande pubblico ma che per l'interesse delle collezioni e l'apertura verso sistemi di comunicazione innovativi rappresenta un luogo ideale di apprendimento informale.

I lavori sono stati avviati nel giugno del 2012, subito dopo la presentazione del progetto alla giornata di studi *Museo Facile*. Nuovi apparati comunicativi per il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma del 17 aprile dello stesso anno, organizzata dal Dipartimento di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale. I primi risultati sono stati oggetto di riflessione e di confronto durante la II giornata di studi dedicata a *Museo Facile*, promossa dallo stesso Dipartimento e tenutasi il 30 maggio 2013. Un anno dopo, l'8 maggio del 2014, la III giornata di studi di *Museo Facile* è stata una nuova occasione di confronto, di dialogo e di riflessione su tematiche relative alla comunicazione museale. In questo caso sono stati chiamati a partecipare e condividere le proprie esperienze alcuni rappresentanti di musei e istituzioni che hanno realizzato importanti progetti e iniziative, analoghe a *Museo Facile*, rivolte a promuovere condizioni diffuse di accessibilità culturale e a coinvolgere attivamente il pubblico nella fruizione e nella comprensione del patrimonio storico-artistico.

A tre anni di distanza dall'inizio delle attività legate al progetto, questo volume intende documentare l'esperienza e raccogliere i contributi di studiosi, docenti e studenti che hanno partecipato attivamente sia al conseguimento dei risultati sia alle giornate di studio.





Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia

12

# Museo Facile

Progetto sperimentale di comunicazione  
e accessibilità culturale

a cura di  
Ivana Bruno

Cassino  
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale  
Dipartimento di Lettere e Filosofia  
2015

Copyright © Dipartimento di Lettere e Filosofia  
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale (Italy)  
ISBN 978-88-99052-04-1

*Direzione scientifica*  
Edoardo Crisci

*Comitato scientifico*  
Girolamo Arnaldi, Università di Roma La Sapienza; M. Carmen del Camino Martínez, Universidad de Sevilla; Giuseppe Cantillo, Università Federico II di Napoli; Marco Celentano, Università di Cassino e del Lazio Meridionale; Carla Chiummo, Università di Cassino e del Lazio Meridionale; Mario De Nonno, Università di Roma Tre; Paolo De Paolis, Università di Cassino e del Lazio Meridionale; Marilena Maniaci, Università di Cassino e del Lazio Meridionale; Antonio Menniti Ippolito, Università di Cassino e del Lazio Meridionale; Serena Romano, Université de Lausanne; Manuel Suárez Cortina, Universidad de Cantabria; Patrizia Tosini, Università di Cassino e del Lazio Meridionale; Franco Zangrilli, The City University of New York, Baruch College; Bernhard Zimmermann, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

*Cura scientifica*  
Ivana Bruno

*Redazione*  
Valeria Pica

*Progetto grafico di copertina e staccapagine*  
Sara Leone

*Progetto grafico, impaginazione e stampa*  
Cesarina Iritano, Rubbettino print

*Fotografie a colori ed elaborazione delle immagini*  
Gaetano Alfano

Tutti i volumi pubblicati nella collana sono sottoposti ad un processo di *peer review*

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale  
Dipartimento di Lettere e Filosofia  
via Zamosch, 43  
I-03043 Cassino

*Informazioni*  
Filomena Valente  
e-mail: f.valente@unicas.it  
tel.: +39.0776.2993561  
fax: +39.0776.311427

Con il contributo del Dipartimento di Lettere e Filosofia e del Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e Innovazione (CUDARI) dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, dell'Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo e con il patrocinio dell'ICOM – International Council of Museums

Finito di stampare nel mese di maggio 2015  
da Rubbettino print  
88049 Soveria Mannelli (Cz)

**MUSEO FACILE**  
**PROGETTO SPERIMENTALE DI COMUNICAZIONE E ACCESSIBILITÀ CULTURALE**  
**2012-2014**

*Enti promotori*

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale  
Dipartimento di Lettere e Filosofia

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo  
Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale  
Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio

Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea  
Museo Hendrik Christian Andersen di Roma

*Partners*

Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e Innovazione  
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi ONLUS-Roma

Istituto Statale Sordi di Roma

Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo

*Coordinamento scientifico-organizzativo*

Ivana Bruno  
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale  
Dipartimento di Lettere e Filosofia

Marina Di Berardo  
Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo  
Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale  
Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio

Matilde Amaturò  
Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo  
Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea  
Museo Hendrik Christian Andersen di Roma

*Ideazione*

Ivana Bruno  
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Patrizia De Socio  
Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

*Comitato scientifico*

Matilde Amaturò

Museo Hendrik Christian Andersen di Roma

Ivana Bruno

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Patrizia De Socio

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Marina Di Berardo

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

Mario Andrea Ettore

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

Vitaliano Gemelli

Unione Nazionale Lotta contro l'Analfabetismo

Gianluca Lautà

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Maria Vittoria Marini Clarelli

Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea

Fiorenza Taricone

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

*Design dei pannelli didattici, modello digitale 3D e grafica*

Lorenzo Mattone

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

*Ausili e tecnologie per l'accessibilità al patrimonio museale delle persone con disabilità visiva*

Fabio Costa, Innocenzo Fenici, Vincenzo La Francesca, Luigi Ruperto, Lucio Zito

Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi ONLUS-Roma

*Ausili e tecnologie per l'accessibilità al patrimonio museale delle persone con disabilità uditiva*

Luca Bianchi, Luca Des Dorides, Francesca Di Meo, Francesca Pallotta

Istituto Statale Sordi di Roma

*Traduzioni in inglese*

Valeria Pica

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

### *Tirocinanti*

#### *Semplificazione testi*

Tamara Baris, Doriana Cardile, Federico Fiorini, Elena Gradini, Miriam Miele, Laura Saturnino, Marta Toti

Tutor: Gianluca Lauta, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

#### *Apparati comunicativi*

Alessandra Chiarlitti, Maria Cristina Pelloni, Martina Sacco, Tania Valente, Luca Verrecchia

Tutor: Ivana Bruno, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

#### *Educazione al patrimonio culturale*

Alessio Fracassi, Maria Rosaria Giocondo, Elisa Marrocco, Tommaso Rea

Tutor: Marina Di Berardo, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

#### *Intercultura*

Francesca Caparco, Milena Integlia, Sara Leone

Tutor: Vincenzo Ongini, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

#### *Promozione*

Roberta Bartoli, Francesco Tersigni

Tutor: Mario Andrea Ettore, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

#### *Divulgazione in rete*

Alessandra Chiarlitti, Stefania Vitti, Antonio Zecca

Tutor: Fabiana Verolini, Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea

#### *Assistenza tutor progetto*

Alessandra Chiarlitti

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

#### *Assistenza tutor a.a. 2012-2013*

Valentina Filamingo

Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea

Alessio Fracassi

Università degli Studi della Tuscia-Viterbo

#### *Assistenza tutor a.a. 2013-2014*

Elena Gradini

Università degli Studi della Tuscia-Viterbo

*Hanno collaborato:* Maurizio Abbate, Giulia Orofino - Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale; Luisa Accardo, Giuseppe Ariano, Elisabetta Borgia - Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo; Laura De Nicola, Alessandro Maria Liguori, Chiara Stefani, Veraldo Urbinati - Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea; Pietro Vecchiarelli - Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi ONLUS-Roma.





## Sommario

- 15 **Ciro Attaianesi**  
*Presentazione*
- 17 **Edoardo Crisci**  
*Presentazione*
- 20 **Maria Vittoria Marini Clarelli**  
*Presentazione*
- 22 **Daniele Jalla**  
*Presentazione*

### **INTRODUZIONE**

- 27 **Ivana Bruno**  
*Il progetto Museo Facile, un ponte tra ricerca e didattica*

#### **PARTE PRIMA**

### **IL PROGETTO. LINEE TEORICHE**

- 49 **Patrizia De Socio**  
*Quando un museo si fa comprendere:  
un progetto sperimentale per il recupero  
delle competenze linguistiche*
- 55 **Ivana Bruno**  
*Museo Facile. Nuovi strumenti comunicativi  
e nuovi percorsi per pubblici diversi*
- 95 **Gianluca Lauti**  
*I problemi linguistici di Museo Facile  
tra semplificazione lessicale e adattamento testuale*
- 111 **Marina Di Berardo**  
*Ereditare il futuro.  
Pubblici e comunità nella co-creazione del patrimonio*

- 123 Matilde Amaturò  
*Il Museo H.C. Andersen un museo 'facile'?*  
*Strategie di comunicazione per una casa-museo*
- 127 Fabiana Verolini  
*Diversi media diversa comunicazione:*  
*il sito web istituzionale e i social network*
- 133 Valentina Filamingo  
*Il trait d'union tra il museo e il pubblico*
- 139 Fiorenza Taricone  
*Accogliere e integrare gli studenti con disabilità:*  
*l'attività del Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e*  
*Innovazione*

**PARTE SECONDA**  
**IL PROGETTO. GLI ESITI**

**Apparati comunicativi**

- 149 Ivana Bruno  
*Esporre per comunicare. Dall'analisi del Museo H.C. Andersen alle*  
*proposte del gruppo di lavoro*
- 152 Martina Sacco  
*Analisi degli aspetti comunicativi del Museo H.C. Andersen*
- 162 Tania Valente  
*Criteri redazionali per un cartellino 'accessibile'*
- 164 Alessandra Chiarlitti  
*QR Code per un Museo Facile*
- 167 Maria Cristina Pelloni  
*QR Code per un Museo Facile. Le indagini preliminari*
- 168 Luca Verrecchia  
*QR Code per un Museo Facile. L'individuazione dell'applicazione informatica*
- 172 Stefania Vitti  
*Un logo per Museo Facile*

## **Semplificazione dei testi**

173 Gianluca Lautà

*L'esperienza di tirocinio:*

*la semplificazione dei testi del Museo H.C. Andersen*

174 Tamara Baris, Miriam Miele, Laura Saturnino, Marta Toti,  
Doriana Cardile, Federico Fiorini

*Il pannello Museo Facile per Il Centro Mondiale di Comunicazione.*

*Indagini preliminari e metodologia*

## **Educazione al patrimonio**

179 Marina Di Berardo

*Andare al museo... tornare a casa.*

*Processi formativi per l'Hendrik Christian Andersen di Roma*

180 Alessio Fracassi

*Proposte di laboratori didattici per il Museo H.C. Andersen*

184 Maria Rosaria Giocondo

*Accessibilità ed educazione al patrimonio culturale. Un'ipotesi di lavoro*

186 Elisa Marrocco

*Museo Facile per Conversazioni d'arte*

## **Patrimonio e intercultura**

189 Vinicio Ongini

*Nelle scuole multiculturali il laboratorio del futuro*

192 Milena Integlia

*Indagini preliminari. Analisi delle comunità straniere*

194 Francesca Caparco

*Strategie di accoglienza e proposte per il sito web del Museo H.C. Andersen*

196 Sara Leone

*Mappa territoriale delle comunità straniere intorno al Museo H.C. Andersen*

## **Ausili e tecnologie per l'accessibilità museale delle persone con disabilità uditiva**

199 Ivano Spano

*Museo per tutti: l'impegno dell'Istituto Statale Sordi*

200 Luca Des Dorides

*Visitatore sordo e museo inclusivo*

- 204 Francesca Di Meo  
*Un lavoro di mediazione culturale*
- 208 Francesca Pallotta  
*Una fruizione dinamica e consapevole*

### **Ausili e tecnologie per l'accessibilità museale delle persone con disabilità visiva**

- 213 Innocenzo Fenici  
*Un modello tattile per Il Centro Mondiale di Comunicazione  
di H.C. Andersen*
- 219 Vincenzo La Francesca, Lucio Zito  
*QR Code e sito web accessibili*

### **La promozione**

- 223 Mario Andrea Ettore  
*Come comunicare il nostro patrimonio*
- 226 Roberta Bartoli, Francesco Tersigni  
*Lo storyboard per un video promozionale*

### **La divulgazione in rete**

- 231 Fabiana Verolini  
*La proposta istituzionale di formazione per il web*
- 232 Alessandra Chiarlitti  
*Analisi SWOT del sito web del Museo H.C. Andersen ed esame dei portali  
turistico-culturali*
- 249 Stefania Vitti  
*Proposte per il sito web del Museo H.C. Andersen*
- 250 Antonio Zecca  
*You Andersen: un museo a portata di click*

## **PARTE TERZA ESPERIENZE A CONFRONTO**

- 255 Aldo Grassini  
*La tattilità, una nuova frontiera dell'arte*

- 263 Miriam Mandosi  
Al museo con... patrimoni narrati per musei accoglienti.  
*Un'esperienza di partecipazione, condivisione e interpretazione al museo*
- 267 Brunella Manzardo  
Il silenzio racconta l'arte. *Arte accessibile a tutti*  
*al Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea*
- 271 Lucilla Pizzoli  
*Scrivere per descrivere: qualche osservazione sui testi*  
*di accompagnamento per i percorsi museali*
- 275 Dario Scarpati  
*Archeologia come scienza sociale*
- 279 Chiara Stefani  
*Valorizzazione, promozione e fruizione dei musei satellite della*  
*Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea*
- 283 Stefania Vannini  
*Il MAXXI, un luogo di esperienza per tutti*
- 289 Adele Gentile  
*La cultura scientifica e l'università.*  
*Vent'anni di attività e iniziative*
- 293 Elena Gradini  
*L'Isola dei Musei di Berlino.*  
*Un esempio di comunicazione e accessibilità culturale*
- 299 Valeria Pica  
*Analisi della comunicazione integrata e dell'accessibilità*  
*per la valorizzazione del territorio*
- 303 Celeste Stefania, Mauro Coletto  
*La Sentiment Analysis per i Musei 2.0.*  
*Un approccio bottom-up per la conoscenza del pubblico*
- 309 Referenze fotografiche



CIRO ATTAIANESE\*  
*Presentazione*

Il progetto *Museo Facile* ha fin da subito catturato la mia attenzione di ricercatore, prima ancora che di Rettore dell'Ateneo che lo ha ideato e implementato insieme con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e con la Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea-Museo Hendrik Christian Andersen. Si tratta di un progetto di ricerca dalle caratteristiche uniche, che ne fanno senza dubbio una *best practice* caratterizzata da notevoli potenzialità applicative.

Unico perché riesce a coniugare sinergicamente la cultura umanistica, tradizionalmente protagonista solitaria nei progetti che hanno come epicentro i musei, con la cultura scientifica nella sua accezione più moderna, attraverso la sperimentazione di un sistema di comunicazione innovativo.

Una sinergia affatto scontata. Appena cinquantacinque anni fa Charles Snow, nel suo saggio *Le due culture*, evidenziava come la diffidenza e la conseguente mancanza di comunicazione tra scienziati e umanisti rappresentasse uno dei grandi mali della società occidentale. Snow ne attribuiva la responsabilità tanto agli umanisti, quanto agli scienziati. I primi perché intrisi di un pregiudizio antiscientifico assai radicato, i secondi perché spesso colpevolmente a digiuno di letteratura, di arte, insomma di cultura.

Il progetto *Museo Facile* lo farebbe ricredere.

Grazie ad esso il museo si apre alle suggestioni delle moderne tecnologie dell'informazione per accrescere l'accessibilità dei propri contenuti. L'utilizzo di strumenti software e hardware, appositamente ideati e sviluppati, consente di rendere fruibili i contenuti museali anche alle persone disabili nel senso più ampio del termine, ovvero includendo non solo quelle con disabilità sensoriali, come non udenti o non vedenti, ma anche quelle con disabilità cognitive, derivanti da analfabetismo funzionale, o quelle con

\* Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.



disabilità che potremmo definire ambientali, derivanti dalla non conoscenza della lingua, come sovente accade per gli immigrati stranieri.

Importante è poi il valore didattico del progetto *Museo Facile*, testimoniato dai numerosi tirocini formativi che hanno visto protagonisti studenti dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale provenienti dai corsi di Lettere, Scienze della Comunicazione, Beni Culturali.

In questo modo il museo allarga la propria missione, diventando anche luogo di incontro e di integrazione sociale.

L'auspicio è che il progetto *Museo Facile* non resti isolato, confinato nella sola sperimentazione, ma possa diffondersi e consolidarsi per dispiegare i propri effetti positivi, ampiamente testimoniati dai risultati fin qui raggiunti.

Cassino, 30 marzo 2015

EDOARDO CRISCI\*  
*Presentazione*

Pensare il museo significa pensarlo come un luogo di accoglienza, di opportunità, di condivisione: condivisione di emozioni e di memorie, opportunità di conoscenza e di cultura, accoglienza delle esperienze e delle curiosità individuali.

Pensare il museo significa però pensarlo anche come un itinerario complesso, stratificato, pieno di insidie che rischiano di consegnare il patrimonio in esso custodito ad una dimensione ostica per il visitatore che non vi giunga già attrezzato di competenze proprie.

Rendere il museo accessibile a tutti, abbattere le barriere culturali e linguistiche che troppo spesso lo rendono impenetrabile, farne un luogo di esperienze coinvolgenti per un pubblico eterogeneo è la sfida che sta davanti a questa nostra epoca, affamata di cultura ma troppo poco propensa a dedicarle il tempo, le energie e le risorse che essa esige. Nel mondo della globalizzazione e del turismo di massa, nel coacervo delle culture che si incontrano, si scontrano, si confrontano, nel rimescolamento di etnie e tradizioni, il museo rischia di rimanere un santuario senza fedeli, o con fedeli distratti, frettolosi, indifferenti: un luogo di archiviazione del passato più che una possibilità di suggestione per il presente e per il futuro.

Il progetto *Museo Facile* nasce da una scommessa coraggiosa e da una sfida ambiziosa: rendere i luoghi della conservazione facilmente accessibili ad ogni genere di pubblico, senza svilirne la funzione culturale ma anzi potenziandola attraverso strumenti attrattivi e facilmente gestibili. E la scommessa viene giocata sul terreno più ovvio ma anche meno praticato: quello della formazione universitaria, tra i giovani che hanno la passione, le energie, le idee per lanciarsi in sfide di questo genere solo che gliene venga data la possibilità. E *Museo Facile* questa possibilità ha

\* Direttore del Dipartimento di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

voluto costruirla, orientarla, valorizzarla, lasciando poi agli studenti il compito di realizzarla.

Le Istituzioni coinvolte si sono dimostrate interessate, collaborative, partecipi. Si è costituita una rete virtuosa: non solo l'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, ma anche il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, la Federazione Nazionale delle istituzioni Pro Ciechi, l'Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo, l'Istituto Statale Sordi di Roma, il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, che è stato scelto come laboratorio per realizzare concretamente il progetto.

Parlare di accessibilità non significa nulla se non si individuano con precisione il pubblico a cui ci si rivolge, i codici linguistici che si intende utilizzare, i canali per cui si vuol passare la comunicazione, i supporti tecnologici che devono renderla possibile. Una prospettiva multidisciplinare e interdisciplinare, quindi, che è stata resa possibile dalla pluralità dei soggetti coinvolti, ciascuno con le proprie competenze e il proprio punto di vista sull'obiettivo da perseguire.

Si è innanzitutto individuato un pubblico, costituito da soggetti generalmente penalizzati dai tradizionali percorsi e apparati comunicativi del museo: dai bambini agli analfabeti, dai disabili agli immigrati ancora sprovvisti di una piena padronanza della lingua italiana. Per questo tipo di pubblico sono stati elaborati linguaggi e strumenti comunicativi specificamente destinati all'inclusione.

L'obiettivo è stato perseguito, tra il 2012 e il 2014, nell'ambito di un progetto di tirocinio formativo cui hanno partecipato studenti di diversi corsi di studio dell'Ateneo, i quali, guidati e accompagnati dai tutor dell'Università e del Centro dei Servizi Educativi della Direzione generale della valorizzazione del patrimonio culturale (MIBACT), hanno avuto la possibilità di sviluppare le abilità e le conoscenze acquisite ciascuno nel proprio settore di studio, trasformandole in vere e proprie competenze. L'impostazione interdisciplinare e la costante collaborazione fra esperti dei vari settori della comunicazione museale, del linguaggio e della storia dell'arte sono stati determinanti per la realizzazione e la concreta messa in opera dei nuovi apparati comunicativi all'interno del Museo Hendrik Christian Andersen di Roma. Il risultato, visibile a tutti, può essere considerato un modello sperimentale di comunicazione museale integrata, implementabile e trasferibile in contesti diversi.

Questo volume, che raccoglie cinquanta contributi di cui ben diciassette scritti dagli studenti, dà puntualmente conto del lavoro svolto, dei problemi affrontati, dei risultati conseguiti. L'auspicio è che l'impegno profuso da tutti i soggetti coinvolti nel progetto non rimanga un caso isolato, ma costituisca anzi uno stimolo per molte altre iniziative analoghe, in cui l'obiettivo della formazione, il confronto interdisciplinare, la sensibilità verso gli strumenti della comunicazione e il dovere civile verso la tutela, la cura e la divulgazione del nostro patrimonio culturale diventino sempre più una priorità cui dedicare risorse, energia, entusiasmo.

MARIA VITTORIA MARINI CLARELLI\*

## *Presentazione*

L'accessibilità dei musei è un tema oggi molto dibattuto. Sappiamo che incentivare l'accesso comporta anzitutto la rimozione delle barriere temporali, spaziali, economiche, d'informazione, che separano la struttura dal pubblico e soprattutto da coloro che si trovano in situazioni svantaggiate.

L'accesso al museo ha anzitutto una dimensione temporale: il calendario e l'orario di apertura ed è necessario che questi dati, oltre a essere resi noti, siano facilmente reperibili.

La dimensione spaziale riguarda invece la raggiungibilità della sede e la sua praticabilità. Negli ultimi anni si è molto insistito sulla rimozione delle barriere architettoniche, ma l'accessibilità spaziale va intesa anche in termini di orientamento, che deve essere agevolato da una segnaletica chiara.

All'abbattimento delle barriere economiche sono finalizzate le forme di gratuità e riduzione del biglietto d'ingresso e per questo scopo, negli ultimi mesi, sono state introdotte in Italia le prime domeniche del mese ad accesso libero nei musei statali.

L'ambito più complesso è, però, l'accessibilità dei contenuti, che comprende non solo la disponibilità delle informazioni sugli oggetti e degli apparati esplicativi che permettono di inquadrarli culturalmente, ma anche la comprensibilità del linguaggio e la leggibilità dei supporti grafici con i quali questi dati vengono forniti. Così la forma espositiva troppo specialistica è una barriera culturale, l'uso della sola lingua del paese dove il museo ha sede è una barriera linguistica, il ricorso a caratteri troppo piccoli negli apparati informativi è una barriera sensoriale.

Affinché un contenuto sia accessibile non è necessario che venga banalizzato, ma coniugare la chiarezza della forma e la profondità del contenuto non è facile.

\* Direttore del Servizio I - Ufficio studi, Direzione Generale Educazione e Ricerca, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

Usando un gioco di parole che fa leva sul titolo di questo volume, possiamo dire che il museo è tanto più facile per il pubblico quanto più è stato difficile – ossia impegnativo – renderlo tale per i suoi curatori e operatori.

L'iniziativa, di cui questo volume è la testimonianza, ha preso le mosse da un progetto di collaborazione fra l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, il Centro per i servizi educativi del museo e del territorio del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, che fino all'anno scorso faceva parte della galassia della Galleria nazionale d'arte moderna e ora è parte del Polo museale del Lazio.

Basato sui tirocini formativi di studenti di Lettere, Beni Culturali e Scienze della Comunicazione, e dunque aperto alla multidisciplinarietà, *Museo Facile* si è posto il problema dell'accessibilità in termini culturali e ha scelto come destinatari soprattutto coloro che presentano difficoltà specifiche nella partecipazione attiva alla conoscenza del patrimonio culturale nazionale. Dal progetto didattico-sperimentale si sono poi sviluppate le tre giornate di studio di cui questo volume contiene gli atti e che, prendendo spunto dall'esperienza concreta, sono state occasioni di approfondimento e confronto su tutte le sfere dell'accessibilità museale nei suoi aspetti comunicativi, educativi e di inclusione.

Non resta che augurarsi il proseguimento di questa iniziativa che merita di essere apprezzata anche come indicazione di metodo: *Museo Facile* è, infatti, un modo di aiutare a vivere la cittadinanza in termini relazionali.

DANIELE JALLA\*  
*Presentazione*

L'esperienza è comune: basta un minimo incidente fisico per accorgersi dell'esistenza delle scale, della difficoltà di aprire una porta, della fatica di una sia pur piccola salita o discesa, della presenza di ostacoli di ogni genere sul nostro cammino. Basta anche solo il passare degli anni per vedere o sentire meno, stancarsi più facilmente e percepire così quanto il mondo in cui viviamo sia fatto solo in funzione di adulti senza alcun problema di mobilità, forti e prestanti, dalla vista lunga e dall'udito fine e, nel caso dei musei, anche colti e preparati a sufficienza per comprendere i messaggi complessi che essi propongono.

Peccato che la maggior parte delle persone non appartenga a questo 'idealtipo', alla prova dei fatti minoritario in un mondo in cui aumenta la percentuale degli anziani e le persone con disabilità, fisiche o psichiche, sono comunque una realtà che esiste tra noi, nelle nostre famiglie, tra i nostri amici e conoscenti, nessuno escluso.

Per molti versi è proprio da chi è soggetto a un qualunque tipo di disabilità o limitazione che bisognerebbe partire perché un mondo fatto anche a sua misura è un mondo migliore per tutti.

Prendiamo il caso dei musei: se privo di barriere architettoniche è più accogliente per tutti, come è più gradevole la sua visita se, a intervalli regolari, ci si può sedere o si incontrano spazi in cui fare una pausa visiva e cognitiva. Se i cartellini delle opere e degli oggetti sono leggibili da un ipovedente, tutti faranno meno fatica a capirne il contenuto e costa davvero poco integrare una didascalia o un pannello con un testo in Braille. Pensare a chi non sente o sente poco può aiutare a pensare a strumenti di visita adatti anche a coloro che non amano le audioguide, utili per molti altri versi per chi in un museo sente il bisogno di essere accompagnato nella visita. Si potrebbe continuare a lungo: basterebbe stare per il tempo che è necessario in un museo per osservare i tanti, a volte minuti, ostacoli – fisici,

\* Presidente del Comitato Nazionale Italiano dell'International Council of Museum (ICOM).

ma anche culturali – che i visitatori incontrano sul loro percorso, per farsi un’idea di come sarebbe possibile cambiarlo, portandolo alla misura di tutti e di ognuno.

Consideriamo anche il messaggio che ogni museo vorrebbe comunicare ai suoi visitatori. Per quanto complesso esso può essere proposto in una forma adatta a essere intesa anche da parte di chi non ha gli strumenti culturali e le conoscenze del curatore. Anzi: andrebbe programmaticamente pensato in funzione di chi non li ha.

La definizione di museo adottata nel 1999 dall’Associazione dei musei del Regno Unito afferma che i musei «enable people to explore collections for inspiration, learning and enjoyment»: che essi hanno il compito (e il dovere) di mettere la gente nelle condizioni di esplorare le collezioni a fini di ispirazione, educazione, diletto.

Mettere la gente nelle condizioni di esplorare le collezioni significa dotarla degli strumenti necessari a compiere autonomamente la scoperta di quanto il museo espone e comunica. Solo così un museo diventa davvero accessibile a tutti, consentendo al pubblico, indipendentemente dalla sue conoscenze e competenze, di vivere un’esperienza gradevole e di trovare soddisfazione ai bisogni e alle attese che l’hanno spinto a varcarne la porta.

Se esistono dei vincoli materiali a questa libera esplorazione del museo, di norma essi dovrebbero essere superati. E, quando è proprio impossibile, con un po’ di volontà e creatività, possono essere cercate e trovate delle misure alternative o sostitutive. L’esperienza dice che qualcosa si può sempre fare per mettere a proprio agio qualunque visitatore, non tanto per rispetto alle norme, cui pure bisogna adeguarsi, ma soprattutto pensando alla ragione per cui queste esistono, al loro senso e fine che è quello di abbattere le differenze e renderci tutti più uguali.

Lo stesso vale per gli ostacoli immateriali che non esisterebbero se nel pensare un museo e ancor più nel renderlo vivo, ci si mettesse sempre dalla parte di chi lo visita, osservando ogni cosa che si fa immedesimandosi nelle persone a cui è rivolta. Perché se i musei operano «al servizio della società», questo significa prendersi cura – collettiva e individuale – della ‘gente’ che frequenta i musei o entra in rapporto con essi.

Sapendo che accessibilità significa che un museo non deve solo eliminare gli ostacoli, ma anche offrire le condizioni e le opportunità affinché tutti, o tendenzialmente tutti, possano realmente gioire della sua esistenza.







# INTRODUZIONE



IVANA BRUNO\*

## Il progetto *Museo Facile*, un ponte tra ricerca e didattica

*Museo Facile* è un progetto di comunicazione e accessibilità culturale, nato dalla collaborazione tra l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale (Dipartimento di Lettere e Filosofia e Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca Innovazione) e il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (d'ora in poi MiBACT)<sup>1</sup>, con l'apporto prezioso di altri partner, quali la Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi, l'Istituto Statale Sordi di Roma e l'Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo.

Ha visto la luce nel 2012 come *Progetto sperimentale di educazione al patrimonio culturale per il recupero delle competenze linguistiche da parte di cittadini con fenomeni di analfabetismo di ritorno*. Con questa finalità compare, infatti, nella prima stesura formulata da Patrizia De Socio durante il suo mandato di coordinatore del Centro per i Servizi Educativi del MiBACT.

I principali destinatari, oltre agli adulti madrelingua italiana con aspetti di analfabetismo di ritorno e funzionale, sono le comunità straniere di immigrati e i Nuovi Arrivati in Italia (NAI), che non possiedono ancora i necessari strumenti di comprensione della lingua italiana, i segnanti nativi, per i quali l'Italiano risulta essere la seconda lingua, ma anche le persone con disabilità visiva, che hanno bisogno di supporti specifici per la lettura e l'esplorazione tattile ovvero tutti coloro che presentano vari tipi di difficoltà – a livello linguistico – nel partecipare attivamente alla conoscenza del patrimonio culturale nazionale.

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

1. Gli uffici centrali e territoriali del MiBACT promotori del progetto insieme con l'Ateneo di Cassino sono stati: il Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio – confluito a seguito della recente riorganizzazione del Dicastero nella nuova Direzione Generale Educazione e Ricerca – e il Museo H.C. Andersen, struttura satellite della Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea fino all'inizio del 2015 e oggi sotto la tutela del Polo Museale del Lazio.

L'obiettivo è dunque quello di esaminare il contributo che il museo può offrire nell'apprendimento della lingua, nel suo uso e nella sua comprensione e quale ruolo ha, in questo processo, il patrimonio culturale. Fin dall'inizio il progetto si è dimostrato anche un'ottima opportunità di crescita per gli studenti universitari che, durante il loro percorso, sono tenuti a svolgere tirocini di orientamento, finalizzati a sviluppare le conoscenze acquisite durante la formazione accademica e ad agevolare le scelte professionali mediante un primo rapporto diretto con il mondo del lavoro<sup>2</sup>. Per questo motivo sono stati previsti due cicli di tirocinio, che hanno coinvolto studenti laureandi e laureati di corsi di studio diversi, principalmente in Lettere, Beni Culturali e Scienze della Comunicazione<sup>3</sup>.

Nel corso del lavoro, il progetto è progressivamente cresciuto grazie al confronto costante tra i partecipanti, il dialogo proficuo tra settori disciplinari diversi e la condivisione e lo scambio di esperienze e conoscenze fra mondo accademico e sistema culturale e professionale. È diventato così uno strumento concreto – universale e versatile – per favorire e implementare l'accesso culturale al museo da parte di tutti i tipi di pubblico.

Il risultato di tre anni di lavoro su *Museo Facile* è stato quindi la messa a punto di un nuovo sistema integrato di comunicazione, dinamico e comprensibile, che possa rendere piacevole – e allo stesso tempo efficace – l'esperienza e l'apprendimento all'interno del museo, andando incontro alle

2. Il tirocinio universitario è disciplinato dall'art.18 della legge 196/1997, dal Decreto Ministeriale 142/1998 e dai regolamenti di ogni Ateneo. Il Decreto Ministeriale 270 del 2004 ne ha ribadito il valore e la funzione collocandolo nell'area di passaggio tra il sapere e il fare e definendolo una forma di «apprendimento dall'esperienza» (*learning by doing*): un modello questo che affonda le sue radici nella concezione costruttivista dell'apprendimento, affermata con chiarezza da John Dewey, tutt'oggi riconosciuto come il massimo teorico del metodo attivo.

3. Il corso in Beni Culturali (Valorizzazione e Promozione dei Beni Culturali) si è tenuto fino all'anno accademico 2010-11 nel polo didattico di Frosinone. Il corso in Scienze della Comunicazione (Strategie comunicative multimediali) si è tenuto invece presso il polo didattico di Sora. Formalmente l'istituzione presso la quale i tirocinanti hanno svolto il tirocinio è stato il Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio del MiBACT, a seguito della convenzione stipulata nel 2008 (n. 1330 del 18 settembre 2008) e rinnovata nel 2011. Collegate al progetto *Museo Facile* sono le tesi di laurea di A. Zecca, *Le fonti medievali per il World Centre of Communication* di Hendrik Christian Andersen (1913), relatore: G. Orofino; E. Marrocco, *Per un percorso tattile della Fontana della Vita al Museo H.C. Andersen di Roma*, F. Caparco, *Intercultura al museo Hendrik Christian Andersen di Roma. La proposta di Museo Facile* e M. Sacco, *La comunicazione nel Museo Hendrik Christian Andersen di Roma*, relatore: Ivana Bruno; D. Cardile, *Scritture esposte: l'uso della lingua italiana nei musei*, relatore: G. Lauta, nonché il progetto di Guerrilla Marketing di Michela Paglia, *La grande YOU-topia. Le nuove frontiere della comunicazione museale*.



*Fig. 1. Visita del I gruppo di tirocinanti al Museo H.C. Andersen di Roma, giugno 2012*



*Fig. 2. Visita del II gruppo di tirocinanti al Museo H.C. Andersen di Roma, dicembre 2013*

diverse esigenze dei visitatori. A questo scopo vengono forniti strumenti innovativi per una larga accessibilità, anche per non udenti e non vedenti, funzionali alla comprensione delle collezioni e all'utilizzo del museo come luogo di incontro e di integrazione sociale. Tale sistema, inoltre, risulta implementabile e trasferibile con facilità in contesti diversi.

Quale luogo di sperimentazione è stato individuato il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, studio-abitazione dello scultore e pittore norvegese-americano vissuto nella capitale durante la prima metà del Novecento: un Museo poco noto al grande pubblico ma che per l'interesse delle collezioni e l'apertura verso sistemi di comunicazione innovativi rappresenta un luogo ideale di «apprendimento informale»<sup>4</sup>.

Gli studenti selezionati per svolgere il tirocinio sono diventati parte integrante del *team* di lavoro e, oltre a seguire una serie di incontri formativi, hanno partecipato alla definizione del piano di comunicazione e contribuito alla realizzazione tecnica e all'allestimento dei nuovi apparati comunicativi all'interno del Museo (figg. 1-2).

I lavori sono stati avviati nel giugno del 2012, dopo che le linee del progetto erano state presentate e discusse nella giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma* del 17 aprile dello stesso anno, organizzata dal Dipartimento di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale (fig. 3)<sup>5</sup>.

4. Il museo è considerato uno spazio formativo culturale esterno al settore dell'educazione formale e comporta modalità di apprendimento di tipo informale, alternative e complementari a quelle scolastiche. Svolge inoltre la sua funzione educativa attraverso la promozione di forme di apprendimento che si possono realizzare lungo tutto l'arco della vita di un individuo (*lifelong learning*). Cfr. M. Sani, *Il percorso verso la qualità. Perché uno standard per la didattica?*, in *La qualità nella pratica educativa al museo*, a cura di M. Sani, A. Trombini, Bologna 2003, pp. 18-32; *Musei e lifelong learning: esperienze educative rivolte agli adulti nei musei europei*, a cura di M. Sani, Bologna 2004; M. De Luca, *Comunicazione ed educazione museale*, in *Comunicare la cultura*, a cura di F. Severino, Milano 2007, pp. 97-106; P. De Socio, C. Piva, *Il museo come scuola. Didattica e patrimonio culturale*, Roma 2008.

5. Coordinamento scientifico: Ivana Bruno e Gianluca Lauta, Dipartimento di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale. Il progetto è stato presentato da chi scrive anche in altre sedi: Tavola rotonda *Comunicare: il museo come luogo di trasmissione culturale* (Roma, Museo di Roma-Palazzo Braschi, 3 ottobre 2013); Giornata di studi *Arte, design e comunicazione* (Sora, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Polo didattico di Sora, 18 ottobre 2013); Giornata di studi *La comunicazione della storia dell'arte: fronti, confronti e frontiere* (Consulta Universitaria Nazionale per la Storia dell'Arte, Roma, Università La Sapienza, 27-28 febbraio 2014); Giornata di studi *Il museo che cambia. Mediazione partecipazione accessibi-*



Fig. 3. Locandina della I giornata di studi Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, Cassino 17 aprile 2012



Fig. 4. Locandina della II giornata di studi Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, Cassino 30 maggio 2013

I primi risultati sono stati oggetto di riflessione e di confronto durante la seconda giornata di studi dedicata a *Museo Facile*, promossa dallo stesso Dipartimento di Lettere e Filosofia e tenutasi il 30 maggio 2013 presso l'aula magna del Campus Folcara (fig. 4)<sup>6</sup>. La presentazione *in progress* dei prodotti di *Museo Facile* a un *focus group* composto da soggetti interessati era stata pensata come momento integrante delle attività del progetto e si è dimostrata un'importante opportunità di confronto che ha permesso di evidenziare le criticità e definire ulteriormente le linee da seguire. Il ruolo di protagonisti di questa seconda giornata di studi è spettato agli

*lità* (Roma, Museo nazionale d'arte orientale Giuseppe Tucci, 12 giugno 2014); Giornata di studi *AI MACRO per la giornata internazionale dei diritti delle persone con disabilità* (Roma, Museo d'Arte Contemporanea di Roma, 3 dicembre 2014).

6. Coordinamento scientifico: Ivana Bruno, Dipartimento di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale. Le giornate di studio hanno attirato l'attenzione di molti studenti sia dell'Ateneo di Cassino – compresi gli iscritti ai corsi abilitanti all'insegnamento (Tirocinio Formativo Attivo) e al corso di Lingua e cultura italiana organizzato dall'Ufficio internazionalizzazione per gli studenti stranieri – sia delle scuole del territorio.



studenti universitari che hanno svolto il primo ciclo di tirocinio nell'ambito del progetto. I loro interventi, in forma di tavole rotonde e preceduti dalle presentazioni dei tutor, hanno avuto ampio spazio subito dopo quelli del comitato scientifico<sup>7</sup>.

Un anno dopo, l'8 maggio del 2014, la terza giornata di studi di *Museo Facile*, svolta ancora presso l'aula magna del Campus Folcara, è stata una nuova occasione di confronto, di dialogo e di riflessione su tematiche relative alla comunicazione museale (fig. 5)<sup>8</sup>. In questo caso sono stati chiamati a partecipare e condividere le proprie esperienze alcuni rappresentanti di musei e istituzioni che, nell'ambito dei rispettivi incarichi, hanno realizzato importanti progetti e iniziative, analoghi a *Museo Facile*, rivolti a promuovere condizioni diffuse di accessibilità culturale e a coinvolgere attivamente il pubblico nella fruizione e nella comprensione del patrimonio storico-artistico.

Nel corso dell'incontro sono stati illustrati in anteprima le strategie operative del progetto e i prodotti realizzati che, un mese dopo, sono stati collocati all'interno del Museo Andersen e il 9 luglio 2014 presentati ufficialmente alla stampa (fig. 6).

A tre anni di distanza dall'inizio delle attività legate al progetto, questo volume intende dunque documentare l'esperienza e raccogliere i contributi di studiosi, docenti e studenti che hanno partecipato attivamente sia al conseguimento dei risultati sia alle giornate di studio.

Il volume è concepito in tre sezioni distinte e correlate tra loro: al suo interno immagini a colori – realizzate con acuto e sensibile occhio critico

7. I settori di indagine illustrati in questa giornata di studi sono stati: *Testi*, rappresentato dai tirocinanti Tamara Baris, Marta Toti e Federico Fiorini con il coordinamento di Gianluca Lauti; *Intercultura*, con Milena Integlia, Francesca Caparco e Sara Leone, che hanno trovato in Vinicio Ongini, esperto della problematica, un'importante figura di riferimento; *Comunicazione on line*, portato avanti da Alessandra Chiarlitti, Stefania Vitti e Antonio Zecca, con la guida di Fabiana Verolini; *Comunicazione museale*, portato avanti da chi scrive con Lorenzo Mattone e le tirocinanti Alessandra Chiarlitti e Stefania Vitti; *Educazione al patrimonio*, seguito durante il primo anno da Alessio Fracassi con l'aiuto di Marina Di Berardo; *Didattica speciale*, affrontato da Fiorenza Taricone e guidato da Innocenzo Fenici e Vincenzo La Francesca (Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi) e Luca Des Dorides e Francesca Di Meo (Istituto Statale per Sordi di Roma).

8. Coordinamento scientifico: Ivana Bruno e Giulia Orofino, Dipartimento di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale; Marina Di Berardo, Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.



Fig. 5. Locandina della III giornata di studi Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, Cassino 8 maggio 2014



Fig. 6. Presentazione dei nuovi apparati comunicativi al Museo H.C. Andersen di Roma, Roma 9 luglio 2014

dal giovane fotografo Gaetano Alfano e da lui stesso presentate – colgono visivamente alcuni aspetti sostanziali della comunicazione del museo, messi in luce nei vari contributi: dalla presenza di apparati didattici, taluni di antica data, che creano ‘fatica’ nel visitatore, all’utilizzo dei nuovi strumenti e delle nuove opportunità di interazione con le collezioni offerte da *Museo Facile* che favoriscono la partecipazione al museo.

La copertina, a lungo pensata e progettata dalla tirocinante Sara Leone, ha lo scopo di fare ripercorrere al lettore, attraverso una fitta sequenza di fotogrammi, alcuni momenti salienti dell’esperienza progettuale.

La prima parte del volume espone il progetto nelle sue linee teoriche e metodologiche attraverso le riflessioni e i contributi di quanti hanno avuto parte attiva nella sua formulazione e attuazione. Apre questa sezione Patrizia De Socio, che mette in luce le motivazioni e gli obiettivi del progetto focalizzando l’attenzione sui destinatari. Subito dopo sono illustrate le ragioni e le modalità con le quali il progetto è stato portato avanti, oltre alle aree di intervento e le azioni sviluppate durante i due anni di attività.

A Gianluca Lauti, che ha seguito il settore testi, spetta il compito di analizzare le problematiche legate alla semplificazione testuale di un pannello museale, con particolare riferimento a quelle affrontate durante il progetto. Marina Di Berardo, individuando nell'approccio partecipativo il nuovo modo di concepire e fare oggi esperienza del patrimonio, ha inquadrato la prospettiva nella quale si colloca *Museo Facile*.

I contributi di chi opera da tempo e con ruoli diversi nel Museo Andersen colgono invece le peculiarità di questo esempio museale in relazione alle strategie di comunicazione e ne analizzano alcuni aspetti, dalla tipologia di casa-museo alle caratteristiche della collezione (Amaturo), dalla comunicazione sul web (Verolini) al pubblico (Filamingo).

A conclusione di questa prima sezione si è dato spazio al contributo di Fiorenza Taricone, che illustra *best practices* di inclusione-integrazione di studenti con disabilità, facendo un rapido *excursus* delle varie attività svolte dal Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e Innovazione nel Lazio Meridionale.

I prodotti realizzati nell'ambito del progetto e le attività portate avanti nei due anni di lavoro sono illustrati nella seconda parte del volume direttamente dai tirocinanti e dai loro tutor, nonché dagli esperti con cui sono stati studiati e sperimentati gli ausili e le tecnologie più congeniali per l'accessibilità di un museo da parte di persone con disabilità.

La terza parte dà voce a studiosi italiani, i quali sono impegnati in prima persona, ormai da diversi anni, nel settore dell'accessibilità museale e che sono intervenuti durante le giornate di studio dedicate a *Museo Facile*. Al suo interno sono ospitati anche i contributi di alcuni giovani ricercatori che hanno in corso studi e progetti inerenti la comunicazione e l'accessibilità del patrimonio museale.

Tutto ciò non sarebbe stato possibile senza la proficua collaborazione tra le istituzioni coinvolte e la generosa disponibilità di competenze offerta da ogni partecipante al progetto.

Per questo motivo sento il dovere e il desiderio di ringraziare innanzitutto il Magnifico Rettore, Ciro Attaianesi, che ci ha sempre onorati della sua presenza e che ha arricchito di importanti spunti e contenuti i nostri incontri; il direttore del Dipartimento di Lettere e Filosofia, Edoardo Crisci,

per avere sostenuto e condiviso l'idea del progetto, partecipando attivamente al suo sviluppo e alla sua realizzazione; i colleghi Giulia Orofino – che con energia e determinazione incomparabili ha dato l'*imput* per intraprendere questo percorso di cui è stata costante e fondamentale punto di riferimento – Gianluca Lauti, Lorenzo Mattone, Fiorenza Taricone, con i quali ho condiviso l'entusiasmo e le fatiche di questa sfida, ed ancora Silvana Casmirri, Andrea Cedola, Carla Chiummo, Mauro Vincenzo Fontana, Sebastiano Gentile e Marilena Maniaci per il prezioso contributo. Senza il sostegno di tutti loro questo progetto non avrebbe visto la luce.

Ringrazio ancora: Mario Andrea Ettore, fino all'agosto 2014 direttore del Servizio II (Comunicazione e promozione del patrimonio culturale) del MiBACT, al quale dobbiamo in primo luogo la determinazione, l'energia e il sostegno per la realizzazione degli apparati comunicativi *Museo Facile*; Patrizia De Socio (MIUR), che con grande competenza e sensibilità ha maturato l'idea di questo progetto; Matilde Amatore e Maria Vittoria Marini Clarelli (MiBACT), grazie alle quali non potevamo avere come 'palestra' museo migliore dell'Andersen; Innocenzo Fenici, Vincenzo La Francesca, Lucio Zito della Federazione Nazionale Pro Ciechi e Luca Des Dorides, Francesca Di Meo, Francesca Pallotta e Ivano Spano dell'Istituto Statale Sordi di Roma, guide preziose per il progetto; Vitaliano Gemelli, presidente dell'Unione Nazionale Lotta contro l'Analfabetismo, per il sostegno fornito.

Un ringraziamento particolare va al Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio – di recente confluito nella nuova Direzione Generale Educazione e Ricerca<sup>9</sup> – con cui il Dipartimento di Lettere e Filosofia ha un felicissimo rapporto di collaborazione di lunga data, al suo coordinatore, Gianfranca Rainone, e soprattutto a Marina Di Berardo che, in questi anni, non solo ha organizzato in maniera superba le attività del tirocinio, ma ha anche svolto un'azione formativa importantissima per i nostri studenti.

E da ultimo, ma non certo per ultimi, un grazie speciale va a coloro che dal primo momento hanno creduto nel progetto e ne hanno preso parte in modo attivo ed entusiasta. Sono gli studenti, assai numerosi e di

9. Con l'entrata in vigore del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 29 agosto 2014, n. 171, dall'11 dicembre 2014, il Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio è stato assegnato alla Direzione Generale Educazione e Ricerca (direttore: Dott.ssa C. Bon Valsassina), Servizio I-Ufficio Studi (direttore: M.V. Marini Clarelli).



Fig. 7. Nuovi apparati comunicativi Museo Facile, Roma, Museo H.C. Andersen, Studio

provenienza diversa: dai tirocinanti dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, alcuni dei quali seppur già laureati hanno voluto ugualmente dare il loro contributo al progetto (come Alessandra Chiarlitti e Gina Binda), ai giovani specializzati in Beni Culturali all'Università di Viterbo (Alessio Fracassi e Elena Gradini), che hanno supportato i tutor durante i lavori. Insieme a loro, nel corso delle attività la teoria e la pratica sono avanzati di pari passo, incrociandosi e talvolta sovrapponendosi in un continuo ed efficace rimando tra ricerca e azione.





CREATION  
WORLD CENTRE  
OF COMMUNICATION  
HENRIQUE CHRISTIAN ANDERSEN  
ERIKST M. HENRIKSEN  
PARIS  
1900

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

# PARTE PRIMA IL PROGETTO. LINEE TEORICHE

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

THE GALLERY

AND 1912  
INTERNATIONAL WORLD CENTRE  
PROTECTOR GENERALE: ALEXANDER DUBOVS  
HENRIQUE CHRISTIAN ANDERSEN

Hendrik e Olivia  
Dopo il 1912, l'arte e l'architettura

FOUNTAIN OF LIFE







# Facile





Tav. 1. La sede del Museo Hendrik Christian Andersen a Roma, vicina al Tevere. Una palazzina rosa ornata da stucchi ed eleganti decori, che si distingue tra le severe architetture del quartiere Flaminio. Mi avvicino



Tav. 2. Entro nel Museo dall'ingresso su via Pasquale Stanislao Mancini



Tav. 3. Altre persone entrano nel Museo dopo di me



Tav. 4. Mi dirigo al primo piano dove è ospitata la mostra *Here the dreamers sleep* di Andrea Mastrovito, che propone una rilettura delle opere di Andersen



Tav. 5. Al piano terra mi avvicino ad un tavolo e sfoglio il libro di Andersen ed Hébrard, *Creation of a World Centre of Communication*, soffermandomi sul capitolo dedicato alla *Fontana della Vita*



Tav. 6. Passeggio nella sala dei gessi, lo Studio, e rimango affascinato dalle statue monumentali



Tav. 7. Poi mi dirigo verso la sala dei bronzi, la Galleria. Anche qui le sculture sono magnificenti



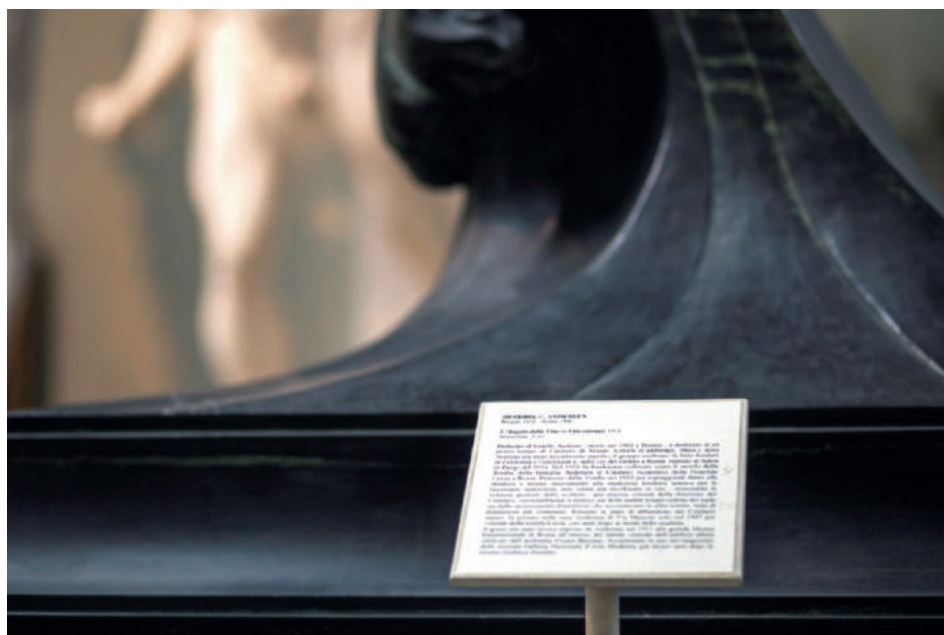
Tav. 8. Mi soffermo sui materiali didattici realizzati qualche decennio fa per il Museo. Incontro le paline in legno



Tav. 9. Come me anche un turista cerca informazioni sul Museo. Si abbassa per leggere



Tav. 10. Nascosto dalle statue trovo un pannello esplicativo con la storia del Museo



Tav. 11. Poi mi avvicino ad un cartellino che indica l'opera e la sua storia. Non è molto facile da leggere poiché i testi sono piccoli





Tav. 12. Incontro un totem con una cuffia ed un testo in braille, accanto ad un busto in bronzo. Provo ad ascoltare. È il ritratto di Andreas, fratello di Hendrik, che è reso disponibile per l'esplorazione tattile



Tav. 13. Sempre in cerca di informazioni vado ai piani superiori e mi fermo al secondo piano dinanzi la postazione multimediale *Hendrik e Olivia. Due vite e un passione* a disposizione del Museo da qualche anno

PATRIZIA DE SOCIO\*

## Quando un museo si fa comprendere: un progetto sperimentale per il recupero delle competenze linguistiche

Museo affascinante, l'Andersen: una quieta, elegante villetta, dalla facciata decorata con quel gusto gentile di primo Novecento ancora presente in molte zone della città (fig. 1). Dall'esterno, un guscio di armonia architettonica che fa immaginare, con un po' di fantasia, di vite vissute quasi mormorando, in spazi raccolti, tra scalpicci leggeri, frusciare di tessuti, tendaggi pesanti, qualche comoda poltrona. E poi, certamente, vetrine piene di ninnoli graziosi, spartiti, un pianoforte, forse anche un violino, chissà...

Tutto, all'apparenza, lascia intuire al potenziale visitatore una casa museo che, senza dubbio, deve raccogliere le memorie di un collezionista: porcellane? Magari arazzi. Mobili, sicuramente, di certo qualche bella foto, oggetti personali. Lettere, quelle, sicuramente, non mancheranno.

Il fascino di questo museo comincia proprio da qui: da questo suo apparente 'celare' dietro le mura perimetrali di un grazioso villino la propria identità di isola culturale ben più potente di quanto possa mediare l'aspetto signorile di questa abitazione, divenuta museo.

Del resto, il contenitore architettonico di un museo non sempre rivela o anticipa i contenuti che ospita. I dati identificativi che il visitatore è in grado di ricavare dall'esterno, qualora non si sia documentato in precedenza, sono notizie di servizio.

Il primo problema, dunque, che un occasionale visitatore non informato deve affrontare, è decidere se entrare o meno solo in rapporto a ciò che vede: architettura dell'edificio, contesto territoriale in cui è collocato, ambiente, pannelli esterni di presentazione. Ed all'esperienza sensoriale

\* Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca. Responsabile del Centro per i servizi educativi del museo e del territorio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo dal 2009 al 2012.

Questo contributo riprende le relazioni tenute da chi scrive in occasione della I e della II giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, svolte presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 17 aprile 2012 e il 30 maggio 2013.



Fig. 1. *Prospetto principale di Villa Helene*, foto d'epoca, 1935, Roma, Archivio storico del Museo H.C. Andersen

ed emotiva che queste componenti possono anticipare in lui. La relazione visitatore-museo comincia da qui.

Al visitatore potenziale si presenta, quindi, un panorama di percorsi e di approccio ai contenuti e alle collezioni tanto più interessante quanto maggiore è la capacità che il museo ha di rivolgersi ai suoi pubblici con linguaggi capaci di far circolare informazione e cultura in modo coinvolgente.

Una bella sfida che mette in campo molti temi, molte variabili e molte competenze professionali diverse da parte del museo.

Sperimentare un modello innovativo di comunicazione museale in un luogo come l'Andersen, dove il dialogo tra opere ed idee si intreccia fitto in ogni angolo è stato un grande privilegio. Quanti hanno lavorato all'interno di *Museo Facile* hanno avuto l'occasione di fare ricerca in questo senso, formando un unico grande staff disciplinare. Sono state messe in campo le ricerche dell'educatore, del pedagogista, dello storico dell'arte, del linguista, dello statistico, così come del grafico e del mediatore culturale, al

servizio dei tanti pubblici potenziali del Museo con esigenze, bisogni e storie diverse. Per un luogo che potesse divenire facile, anche nell'accezione più ampia di accogliente, amicale, comprensibile, o ancora più facile di quanto attualmente non sia.

Facile, perché capace di far superare ai visitatori quegli ostacoli interpretativi spesso presenti nei musei e che non agevolano l'affezione al patrimonio culturale della città in cui si vive da sempre o in cui ci si trova, ad un certo punto della propria esistenza, a vivere provenendo da un altrove.

Facile questo Museo, ma non semplificato, né con apparati comunicativi ridotti, sia chiaro.

Una delle barriere più dure da superare per poter partecipare con pienezza alla vita sociale del Paese è costituita dalla strisciante incapacità di possedere e governare con pienezza la propria lingua nativa. Un fenomeno di regresso culturale preoccupante noto da tempo agli studiosi di Scienze del linguaggio e che arriva a toccare non solo e non soltanto le fasce di popolazione più anziane, in possesso magari della sola licenza elementare, ma anche adulti più giovani con livelli di istruzione 'medi'. Mi riferisco al fenomeno dell'analfabetismo funzionale e dell'analfabetismo di ritorno. Una questione nodale che dovrebbe essere una priorità da contrastare con piani di intervento massicci e immediati perché ne va, se non altro, di tutto il sistema di relazione e di comunicazione cittadino-stato. Non si salva certo l'ambito del patrimonio culturale. Anzi. Questa progressiva perdita della capacità d'uso e di decifrazione di un linguaggio tecnicistico, anche limitato a pochi termini disciplinari specifici, ostacola considerevolmente la comprensione degli apparati museali e, giocoforza, diviene elemento di deterrenza nella frequentazione del museo da parte di chi, memore di esperienze poco riuscite in passato, finisce con il sentirsi inadeguato, fuori posto, come un ospite poco gradito in casa d'altri.

Arduo pensare di poter conquistare questo pubblico all'idea di un museo dove è bello e gratificante socializzare idee e confrontare opinioni senza cambiare completamente immagine comunicativa.

E poi ci sono quei cittadini venuti da lontano, spinti da motivazioni diverse a vivere nel nostro Paese e che non trovano tempo o motivo di interesse ad andare in un museo. Con un ulteriore ostacolo: una conoscenza basica

della lingua, funzionale ad esprimere i bisogni quotidiani ed eseguire un lavoro o una mansione, null'altro.

Ma una delle missioni del museo è anche quella di farsi riconoscere da tutti i cittadini, indistintamente, come uno spazio di cultura in cui si può diventare parte di una comunità investendo del tempo nella propria formazione personale e restituendo questo tempo alla comunità in termini di partecipazione e di esercizio di cittadinanza.

Tanto più il museo presta attenzione al visitatore, che entra per avere un'esperienza estetica ma anche per accedere ai contenuti di informazione predisposti a corredo delle collezioni, quanto più può divenire uno spazio di conoscenza dilatato.

Dove si possono recuperare competenze linguistiche affievolite, rafforzare abilità, o perfezionare la conoscenza di una lingua sulla base di un filo conduttore: l'arte.

Le collezioni, gli allestimenti, gli apparati informativi hanno potenziali didattici ed educativi fortissimi ma la loro valenza si esprime appieno solo se si progettano apparati didattici e comunicativi che mantengono al centro la pluralità di queste potenziali esigenze, di certo non semplici da identificare.

Partendo da queste considerazioni condivise dai partner di progetto, due strutture del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo – il Centro per i servizi educativi del museo e del territorio, della Direzione Generale per la Valorizzazione del patrimonio culturale e la Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea-Museo Hendrik Christian Andersen – e l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, hanno lavorato su una idea molto semplice e neanche particolarmente innovativa: l'apprendimento all'interno del museo deve essere piacevole, dinamico, aperto.

Il museo può essere un luogo in cui ci si incontra 'incontrando' l'arte e provando a dialogarne, anche se si hanno difficoltà uditive o visive, si è persa la consuetudine all'uso 'ricco' della lingua o, addirittura, di quella lingua si conosce appena un vocabolario essenziale, poco più che basilico, perché si fa parte di una comunità straniera.

Ecco dunque i destinatari del nostro progetto:

- adulti madrelingua italiana con fenomeni di analfabetismo di ritorno;

- singoli migranti e comunità straniere residenti, con conoscenza della lingua pari a A2 (livello elementare), B1 (livello pre-intermedio) e B2 (livello intermedio secondo quanto riportato nel Quadro di riferimento per la conoscenza delle lingue del Consiglio d'Europa);
- persone con disabilità uditiva;
- persone con disabilità psico-cognitiva.

Per loro e con qualcuno di loro abbiamo individuato alcuni obiettivi specifici destinati a ciascuna categoria interessata. Il recupero delle competenze linguistiche nel primo caso; nel secondo, il conseguimento o il rafforzamento di abilità linguistiche avanzate; nel terzo, e in relazione ai nativi segnanti, il rafforzamento delle competenze linguistiche nell'italiano come L2; nel quarto, l'aumento dei livelli di comprensione lessicale e di comunicazione.

La progettazione è stata piuttosto complessa, come è intuibile, ed ha visto un confronto continuo tra i partner del progetto: il Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca Innovazione dell'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, la Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi-Onlus, l'Istituto Statale Sordi di Roma e l'Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo.

In altre sezioni del volume il lettore troverà un compiuto resoconto di tutte le fasi del progetto e molte altre informazioni utili a capire la 'facile' logica di questo progetto.

A conclusione di questo breve resoconto c'è, come logico, da auspicare che il progetto continui. Ma vorrei argomentare il motivo di questo auspicio, con un paio di punti di riflessione.

Il primo punto: una sintetica analisi dei punti di forza di questo lavoro di cui diamo conto e che definirei ancora dimostrativa, *in progress*. Questo progetto ha avuto la fortuna di servirsi di alcuni elementi unificanti comuni che hanno permesso di lavorare in modo ampio e articolato: la capacità di mettersi in gioco, la generosità nell'ascoltare gli altri e il condividere un obiettivo di civiltà. Il processo di apertura delle istituzioni culturali al territorio, all'ascolto dei bisogni del pubblico è un fatto assodato, universalmente riconosciuto come imprescindibile. La letteratura su questo tema è vasta e a portata di mano.

In questo, *Museo Facile* non porta elementi di innovazione. *Museo Facile* non ha fatto altro che chiedere di agire a più soggetti diversi, dare concretezza all'azione, sollecitare contributi di riflessione, cercare soluzioni, selezionare ciò che era possibile e ragionevole fare da ciò che, al momento, non lo era.

Il secondo punto attiene agli esiti del progetto. Non tanto quelli diretti, che hanno portato alla realizzazione di un numero molto limitato di apparati didattici da affiancare all'esistente. Quanto quelli indiretti, da cui tutti possiamo attendere, a ragione io credo, nuovi ulteriori esiti.

*Museo Facile* è stato una fucina di idee, alimentata dall'entusiasmo degli studenti: ha prodotto pensieri, ha stimolato la ricerca di nuovi punti di vista, ha messo in relazione bisogni e coagulato esperienze. Ha generato cultura. Con facilità.

IVANA BRUNO\*

## Museo Facile. *Nuovi strumenti comunicativi e nuovi percorsi per pubblici diversi*

Res ardua vetustis novitatem dare, novis auctoritatem,  
obsoletis nitorem, obscuris lumen, fastiditis gratiam,  
dubiis fidem, omnibus vero naturam et naturae suae  
omnia...

(Plinio il Vecchio, *Naturalis Historia*, Praefatio, 15)

### *Le ragioni di Museo Facile*

Conferire il senso della novità a ciò che è antico, autorità a ciò che è recente, chiarezza a ciò che è oscuro, significato a ciò che appare di difficile comprensione, attrattiva a ciò che annoia, fondamento a ciò che è incerto, riattribuire insomma a ogni cosa la sua natura e quanto le è proprio fu l'arduo impegno che Plinio il Vecchio si propose – come sottolineò lui stesso nella prefazione – scrivendo la celebre *Naturalis Historia*<sup>1</sup>.

Analogo e altrettanto arduo è il compito della comunicazione nel museo. Tale attività costituisce una delle funzioni prioritarie previste dallo status giuridico di questa istituzione e dovrebbe concorrere a rendere il museo – per riprendere una definizione assai nota – una «machine à voir» e una «machine à entendre», una struttura cioè funzionale alla comprensione delle opere esposte e dunque alla trasmissione della cultura<sup>2</sup>.

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Questo contributo riprende le relazioni tenute da chi scrive in occasione delle tre giornate di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, svolte presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 17 aprile 2012, il 30 aprile 2013 e l'8 maggio 2014.

1. Caius Plinius Secundus, *Naturalis Historia*, praefatio, 15 (Plinio il Vecchio, *Storia naturale*, a cura di G.B. Conte, traduzione e note di G. Ranucci, A. Corso, R. Mogellesi, G. Rosati, 6 voll., Torino 1982-1988).

2. C.L. Raghianti, *Arte, fare, vedere. Dall'arte al Museo*, Firenze 1974, p. 175; V. Fagone, *Arte, fare, vedere. La critica in azione di C.L. Raghianti*, in «La Civiltà Cattolica», a. 126, v. II, n. 2998, 1975, p. 359. Cfr. anche F. Antinucci, *Comunicare nel museo*, Roma-Bari 2004, nuova edizione riveduta e aggiornata Roma-Bari 2014.



L'importanza di questo ruolo, così efficacemente esplicitata quarant'anni fa da Carlo Ludovico Ragghianti – figura di spicco della storia dell'arte, impegnato sia nel campo della conservazione del patrimonio artistico, sia della sua divulgazione – è oggi al centro dell'attenzione degli studi di museologia, ma anche di numerose iniziative intraprese in ambito museale<sup>3</sup>.

Il destinatario privilegiato al quale sono rivolti i nuovi indirizzi di ricerca e le recenti strategie operative è il pubblico, o meglio dire, i pubblici, cioè i diversi tipi di visitatori del museo<sup>4</sup>.

In origine, quando il museo era frequentato da una *élite* di intellettuali e artisti in possesso delle chiavi di lettura necessarie per decifrare i codici

3. Si vedano, ad esempio, oltre a F. Antinucci, *Comunicare...* cit. e C. Prete, *Aperto al pubblico. Comunicazione e servizi educativi nei musei*, Firenze 2005, i più recenti volumi: A. Gob, N. Droguet, *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels*, Paris 2003 (IV ed. 2014); M.V. Marini Clarelli, *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*, Roma 2011; *Il museo contemporaneo. Storie esperienze e competenze*, a cura di D. Fonti, R. Caruso, Roma 2012; S. Chaumie, *La médiation culturelle*, Paris 2013; V. Pica, *La Mediazione del patrimonio. Apprendimento ed esperienza nei servizi educativi dei musei nazionali italiani*, Roma 2013. Tra i progetti basati su strategie per l'accesso, l'inclusione sociale e la diversità culturale recentemente realizzati in Italia si segnalano: *Museo con... Patrimoni narrati per musei accoglienti*, Soprintendenza al Museo nazionale preistorico etnografico L. Pigorini; *Pilotta per Parma\_way: we are yours*, Soprintendenza per i beni storici artistici ed etnoantropologici di Parma e Piacenza, Palazzo della Pilotta, Parma; *Palazzo Massimo in Lingua dei Segni*, Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici di Roma. Cfr. anche *Attraverso i confini: patrimonio culturale e integrazione sociale*, a cura di C. Da Milano, M. De Luca, Roma 2006; *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*, a cura di A.M. Pecci, Milano 2009; *Il museo verso una nuova identità*, voll. 2, Atti del convegno, Roma 31 maggio-1 giugno 2007, 21-22 febbraio 2008, a cura di M. Cristofano, C. Palazzetti, progetto e coordinamento scientifico di M. Dalai Emiliani, Roma 2011.

4. «Negli anni più recenti – come sostiene L. Solima (*Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei statali*, Quaderni della Valorizzazione, 1, Soveria Mannelli 2012, p. 29) – si è fatta strada la consapevolezza che, più correttamente, il termine 'pubblico dei musei' vada declinato al plurale, in quanto, anche grazie alle attività di ricerca svolte a livello nazionale, sulla scia di quanto realizzato all'estero da numerosi decenni, si è compreso che è più corretto parlare di 'pubblici' dei luoghi di cultura, enfatizzando quindi, anche da un punto di vista semantico, la presenza di forti disomogeneità interne».

Gli studi conosciuti in ambito internazionale con il termine *museum visitor studies* sono nati nei paesi anglosassoni e si sono sviluppati soprattutto negli ultimi due decenni dello scorso secolo. Per lo stato dell'arte cfr. L. Solima, *Visitatore, cliente, utilizzatore: nuovi profili di domanda museale e nuove traiettorie di ricerca*, in *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, a cura di A. Bollo, Milano 2008, pp. 65-76. Si vedano in particolare: E. Hooper-Greenhill, *Museums and their Visitors*, London 1995; A. Solima, *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Napoli 2002; A. Bollo, *Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*, Bologna 2004; Id., *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, Milano 2008; *Esperienza e conoscenza del museo. Indagine sui visitatori della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea*, a cura di M.M. Ligozzi, S. Mastandrea, Milano 2008; R. Strassoldo, *Cultural Planning e pubblico dell'arte. L'offerta incontra la domanda?*, Roma 2009; A. Solima, *Il museo in ascolto...*cit.





Tavv. 14-15. Nel Museo hanno inserito da pochi mesi nuovi apparati comunicativi realizzati con il progetto *Museo Facile*. Nelle due sale al pianterreno c'è un totem con tutte le informazioni necessarie, per pubblici diversi



Tavv. 16-17. Vicino alle opere sono posizionati nuovi cartellini



Tav. 18. Museo Facile riguarda in modo specifico le opere che l'artista realizzò per la *Fontana della Vita*, cuore del *Centro Mondiale di Comunicazione*, l'utopistico progetto di Andersen. Il totem con i nuovi apparati comunicativi posto al centro della Galleria riproduce, isolandole graficamente, le sculture della *Fontana* che il visitatore si trova di fronte



Tav. 19. La stessa cosa accade per i gessi dello Studio



Tav. 20. Mi avvicino ai cartellini. Contengono, oltre alle indicazioni sull'opera, una pianta della *Fontana della Vita*, un QR Code e il logo del progetto *Museo Facile*



Tav. 21. I cartellini, come i totem, sono realizzati in plexiglass e, oltre a non disturbare la visione generale dell'allestimento, lasciano ben visibili le basi originali delle sculture





Tav. 22. Ritorno al totem centrale e vedo persone che prendono in mano le schede informative delle singole opere



Tav. 23. Una persona si sofferma a lungo sul totem



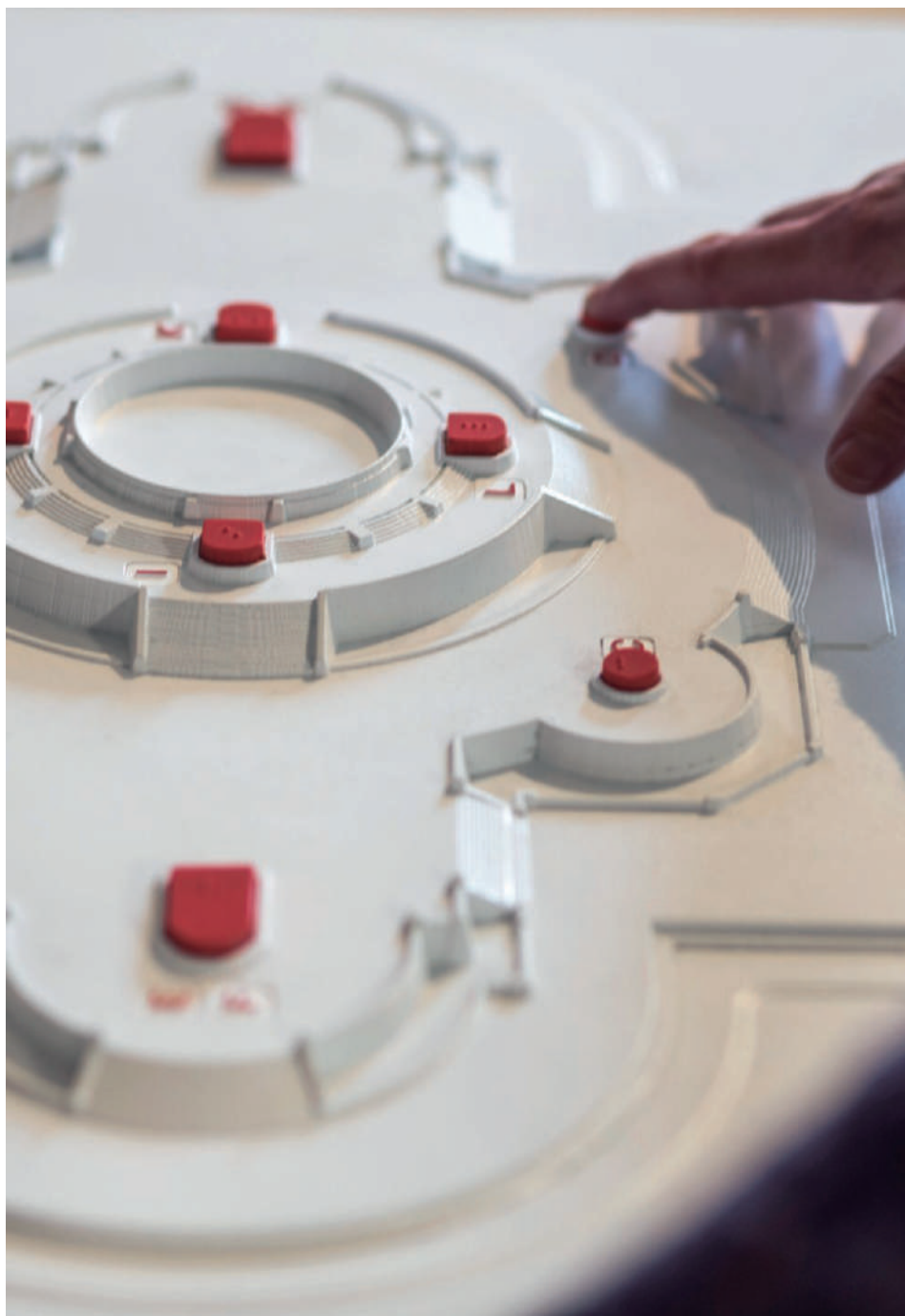
Tav. 24. Un visitatore legge i contenuti delle schede



Tavv. 25-27. Altri visitatori commentano le schede informative davanti l'opera e sfogliano la brochure del progetto *Museo Facile*



Tav. 28. Di fianco al totem, in una tasca apposita, sono poste le *brochure* informative sul progetto *Museo Facile*



Tav. 29. Su un tavolo, nella Galleria, è posto un modello tattile della *Fontana della Vita*. Un turista si sofferma ad esplorarlo





Tav. 32. Ed ancora piccole sculture in bronzo, preparatorie alle grandi opere delle sale, sono a disposizione per l'esplorazione tattile



Tavv. 33-34. Al primo piano c'è una piccola e comoda sala dedicata ai materiali audiovisivi realizzati per il Museo, tra i quali il video basato sulla ricostruzione tridimensionale della *Fontana della Vita*





Tav. 35. È appena arrivato un gruppo di visitatori nel Museo Andersen

trasmessi attraverso le modalità di esposizione delle collezioni, potevano essere sufficienti cartellini essenziali. Ma l'ampliamento del bacino di utenza, al quale si è assistito sempre di più nel corso del Novecento, impone di prestare maggiore attenzione all'accessibilità e all'orientamento di una fascia sempre più ampia di destinatari del messaggio museale.

Le strategie di valorizzazione, infatti, devono concentrarsi – seguendo una direzione già indicata dagli studi di settore – «da un lato sul miglioramento dell'accessibilità non solo fisica ed economica del bene, ma soprattutto culturale, attraverso l'offerta di strumenti comunicativi che ne permettano la comprensione in senso più ampio possibile, mettendo in evidenza i nessi esistenti tra patrimonio, territorio e identità collettiva; dall'altro sull'allargamento del pubblico dei visitatori, potenziando servizi e offerte rivolti a fasce eterogenee di pubblico e intensificando le analisi non solo dei profili dei visitatori ma anche dei non visitatori, dei non pubblici»<sup>5</sup>.

Il museo – come ben delineato nell'ambito VII (*Rapporti con il pubblico e relativi servizi*) dell'Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei del 2001 – affianca «al dovere della conservazione del proprio patrimonio la missione, rivolta a varie e diversificate fasce di utenti, di renderne possibile la fruizione a scopo educativo, culturale, ricreativo e altro ancora»<sup>6</sup>. Per questo motivo è fondamentale abbattere quanto più possibile gli ostacoli, sia fisici sia culturali, che si frappongono alla loro accessibilità e conoscenza, e indirizzarne l'azione verso un più stretto e maturo rapporto con il pubblico, facendo sì che l'esperienza sperimentata nella visita a un museo diventi un'occasione di arricchimento personale, oltre che di piacere estetico e sensoriale.

È in questa prospettiva che si inserisce *Museo Facile*, un progetto pilota di comunicazione e accessibilità culturale sviluppato in collaborazione con

5. C. Da Milano, E. Sciacchitano, *Linee guida per la comunicazione all'interno dei musei: segnaletica interna, didascalie e pannelli* (Quaderni della valorizzazione, 3), Roma 2013, pp. 6-7. Tra le iniziative rivolte ad allargare il pubblico dei visitatori si segnala «Adotta un non visitatore» che mira a comprendere le reali motivazioni che spingono i tanti 'non visitatori' a decidere di non visitare la Galleria Nazionale di Parma. Si veda: <http://www.bamstrategieculturali.com/adotta-un-non-visitatore-capiamo-meglio-chi-non-viene-al-museo/>.

Si noti inoltre che, dalle indagini sul pubblico compiute recentemente (A. Solima, *Il museo in ascolto...cit.*), emerge una richiesta, sempre più pressante, di informazioni che siano veicolate in maniera chiara e semplice.

6. Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e di sviluppo dei musei, in «Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana», n. 244, 19 ottobre 2001, p. 44.

il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, che ha coinvolto sia gli studenti dell'Ateneo di Cassino sia altri partner, portando alla sperimentazione di un prototipo di sistema integrato di comunicazione nel Museo Hendrik Christian Andersen di Roma<sup>7</sup>.

Il progetto prende spunto da una serie di assunti fondamentali: se è vero che il museo comunica attraverso le opere, che sono segni visivi, è altrettanto vero che non sempre il loro significato è immediatamente chiaro a tutti i visitatori. Per questo serve che l'esposizione, in cui entrano in gioco vari elementi (dallo spazio all'allestimento, dai supporti all'illuminazione), ne fornisca le più idonee e chiare chiavi di lettura. In questo contesto gli apparati testuali, pur non costituendo il principale mezzo di comunicazione, ricoprono un ruolo importante: essi non devono essere fini a loro stessi o cercare di sostituire l'efficacia della parola scritta alla forza comunicativa che deve derivare naturalmente da una corretta presentazione espositiva delle opere, ma servono ad orientare il pubblico, a identificare le opere e a indirizzare verso una migliore comprensione di esse<sup>8</sup>.

L'idea progettuale da cui *Museo Facile* ha preso le mosse – come già chiarito da Patrizia De Socio – è stata quella di rendere l'ambiente di apprendimento museale accogliente ed efficace nei confronti di chi abbia difficoltà a partecipare attivamente alle offerte culturali del Paese perché non ancora in grado di padroneggiare l'uso della lingua, se non per testi elementari (immigrati, Nuovi Arrivati in Italia), o di converso non possenga più la capacità di farlo perché in condizioni di regressione culturale (analfabeti di ritorno), o ancora, a causa della sordità, si veda preclusa la piena comprensione della lingua, oppure, perché cieco o ipovedente, abbia la necessità del supporto di appositi dispositivi<sup>9</sup>. Ripensare la comunicazione nel museo concependo e sviluppando ogni intervento sulla base anche delle esigenze di questi visitatori non può che avere una ricaduta positiva su tutti i tipi di pubblico.

7. Cfr. I. Bruno, *Il progetto Museo Facile, un ponte tra ricerca e didattica, infra*.

8. D. Jalla, *La comunicazione scritta nei musei: una questione da affrontare*, in *La parola scritta nel museo. Lingua, accesso, democrazia*, Atti del convegno, Arezzo, 17 ottobre 2008, Firenze 2009, p. 13.

9. Cfr. P. De Socio, *Quando un museo si fa comprendere: un progetto sperimentale per il recupero delle competenze linguistiche, infra*. Si veda anche L. Des Dorides, *Per un museo accessibile ai sordi: mediazione culturale tra testo e segno, infra*.

Pertanto l'obiettivo principale di *Museo Facile* consiste nella progettazione di nuovi strumenti e apparati comunicativi capaci di favorire l'orientamento e la conoscenza dei contenuti e dei significati delle raccolte museali puntando l'attenzione, in prima battuta, sull'uso di modalità espressive di facile comprensione.

Il progetto – concepito come un'occasione di ricerca e di sperimentazione anche nel campo della didattica universitaria – ha preso dunque l'avvio da una riflessione sistematica sull'uso della lingua in contesti museali e dall'analisi e misurazione dell'efficacia dei sistemi di comunicazione<sup>10</sup>.

Sono stati quindi definiti i settori d'intervento, realizzati gruppi di lavoro, individuati i temi di approfondimento e calendarizzati i vari incontri sia formativi, sia di confronto tra le aree di ricerca<sup>11</sup>.

Nel corso delle attività, dall'attenzione al testo scritto si è passato all'analisi dello spazio museale per arrivare alla costruzione di un percorso 'facile', in grado di rispondere alle esigenze dei diversi pubblici e fondato sull'accoglienza, sull'orientamento e sulla partecipazione, grazie a un sistema integrato di comunicazione che concilia strumenti tradizionali con

10. Sull'importanza di un'efficace costruzione dei cartellini e dei pannelli informativi si vedano in particolare: H. Coxall, *Museum text as mediated message*, in *The Educational Role of the Museum*, a cura di E. Hooper-Greenhill, London 1994, pp. 215-222; B. Serrel, *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*, Walnut Creek 1996 (II ed. 2015); S. Bitgood, A. Benefield, D. Patterson, *The importance of label placement: A neglected factor in exhibit design*, in *Current Trends in Audience Research*, vol. 4, Chicago 1990; S. Bitgood, *The Role of Attention in Designing Effective Interpretive Labels*, in «Journal of Interpretation Research», vol. 5, n. 2, 2000, pp. 31-45; L.J. Ravelli, *MuseumsTexts. Communication Frameworks*, London 2006.

11. Considerata la complessità organizzativa del progetto di tirocinio a causa delle diverse provenienze, formazione, età ed esigenze degli studenti che desideravano partecipare, oltre che del loro consistente numero, è stato necessario procedere prima a una selezione e, quindi, a una suddivisione per gruppi in base ai settori di lavoro. Inoltre gli studenti che avevano già svolto il tirocinio il primo anno e che hanno voluto continuare l'esperienza sono stati inseriti nel gruppo di lavoro nella veste di 'assistente tutor' (Alessandra Chiarlitti). Questo stesso ruolo è stato ricoperto anche dai giovani studiosi già laureati e specializzandi della Facoltà di Conservazione dei Beni Culturali di Viterbo (Alessio Fracassi ed Elena Gradini), che hanno voluto partecipare al progetto.

L'iter progettuale si è svolto per fasi successive nel corso del biennio 2012-2014: la prima fase è consistita nella selezione degli studenti universitari e nell'attivazione di tirocini formativi; la seconda fase – di formazione – ha investito diversi settori istituzionali ed è stata finalizzata all'orientamento attivo e all'accrescimento delle competenze nel settore museale, linguistico, didattico, comunicativo e relazionale; la terza fase ha riguardato la presentazione *in progress* dei primi risultati ad un *focus group* composto da soggetti interessati; la quarta fase, conclusiva, ha comportato la messa a sistema all'interno del Museo H.C. Andersen degli apparati realizzati.

Durante la fase di formazione, in linea con le piste di lavoro individuate, gli studenti tirocinanti, a secondo del loro settore di lavoro, hanno seguito moduli formativi presso i vari partner coinvolti.

il ricorso ai sussidi didattici e alle nuove tecnologie anche di tipo assistivo (QR Code, video in LIS, pannelli termoformati, modelli tattili).

### *Un Museo Facile all'Andersen di Roma*

Fin dall'inizio del progetto, il luogo di sperimentazione e applicazione è stato il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, struttura satellite della Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna fino all'inizio del 2015<sup>12</sup>.

L'edificio, noto anche con il nome di Villa Helene, fu fatto costruire in stile neorinascimentale dallo scultore e pittore Hendrik Christian Andersen tra il 1922 e il 1925, nell'attuale quartiere Flaminio, all'epoca una delle zone di nuova espansione edilizia e oggi tra le più frequentate della città. Svolsse la funzione di studio e abitazione dell'artista di origine norvegese che, dopo un viaggio di formazione in Europa, nel 1896 si stabilì a Roma con la famiglia e vi rimase fino alla sua morte, avvenuta nel 1940.

La palazzina, con l'intero corredo di opere e arredi conservati al suo interno, fu lasciata allo Stato Italiano, ma solo nel 1978, dopo la morte della sorella adottiva di Hendrik Christian Andersen, Lucia, beneficiaria del lascito, passò sotto la tutela della Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e, alla fine del 1999, fu aperta al pubblico.

Il Museo si sviluppa sui primi due livelli: il piano terra, che ospita le opere principali dell'artista, con le prospicienti Galleria (nota anche come Sala di rappresentanza, fig. 1), dove in origine erano mostrate le opere finite, e Studio (o Laboratorio), che costituiva il suo *atelier* (fig. 2); il primo

12. A seguito della riorganizzazione del MiBACT attuata tra la fine del 2014 e l'inizio del 2015 dal ministro Dario Franceschini, il Museo H.C. Andersen oggi ricade sotto la tutela del Polo Museale del Lazio, istituito in base al Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 29 agosto 2014, n. 171, in vigore dall'11 dicembre 2014. Il Polo è diventato operativo dal 9 marzo 2015, con la nomina del suo direttore, Edith Gabrielli.

Sulla figura di H.C. Andersen e la storia del Museo, oltre ai contributi di M. Amaturò, V. Filamingo e F. Verolini in questo volume, cfr. *Museo Hendrik Christian Andersen*, a cura di E. di Majo, Milano 2008; F. Fabiani, *Hendrik Christian Andersen. La vita, l'arte, il sogno*, Roma 2008; A. Ciotta, *La cultura della comunicazione nel piano del Centro Mondiale di Hendrik Ch. Andersen e di Ernest M. Hébrard*, Milano 2011; *Museo H.C. Andersen. Allestimenti e ricerche*, a cura di M. Amaturò, rivista on line, n. 1, 2013-[http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM\\_daleggere/Musei\\_daleggere/Andersen1](http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM_daleggere/Musei_daleggere/Andersen1); *Museo H.C. Andersen. Allestimenti e ricerche*, a cura di M. Amaturò, rivista on line, n. 2, 2014-[http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM\\_daleggere/Musei\\_daleggere/Andersen2](http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM_daleggere/Musei_daleggere/Andersen2).



Fig. 1. Roma, Museo H.C. Andersen, *Galleria*, Archivio fotografico del Museo H.C. Andersen



Fig. 2. Roma, Museo H.C. Andersen, *Studio*, Archivio fotografico del Museo H.C. Andersen

piano, già abitazione di Andersen, oggi utilizzato per mostre temporanee. Il secondo piano, invece, è occupato dagli uffici del museo, dalla biblioteca, dall'archivio e da una sala conferenze<sup>13</sup>.

La collezione conta numerose sculture tra gessi e bronzi – 47 delle quali di grandi dimensioni – più di 200 dipinti e 350 opere grafiche. Una raccolta quasi tutta incentrata attorno all'idea utopica di una grande città mondiale, il *World Centre of Communication*, nella quale potessero confluire i più alti risultati scientifici e artistici conseguiti nel campo delle arti, delle scienze, della filosofia, della religione e della cultura fisica dalle nazioni di tutto il mondo e in essa trovare sviluppo e applicazione per favorire il progresso e, di conseguenza, il bene dell'umanità<sup>14</sup>. L'idea si materializzò in un articolato progetto, messo a punto insieme con l'architetto francese Ernest Michel Hébrard tra il 1901 e il 1911 e presentato in un volume pubblicato nel 1913 con il titolo *Creation of a World Centre of Communication*, un esemplare del quale è esposto nella Galleria del Museo<sup>15</sup> (fig. 3).

Nella convinzione che lo sviluppo reale dipenda dal confronto e nella fiduciosa consapevolezza che l'uomo raggiungerà i più alti livelli cercando di perseguire unità di intenti e ideali di fratellanza con gli altri uomini, questo Centro – dichiarò Andersen nell'introduzione al volume – concepito in forme grandiose, è destinato ad ospitare i risultati spirituali, intellettuali, scientifici ed economici ottenuti dagli uomini. Siamo certi, inoltre, che se questo Centro potesse essere istituito su ampia scala, offrirebbe vantaggi innegabili e illimitati alle nazioni e alle popolazioni di tutto il mondo. Esso non ospiterebbe e non riunirebbe soltanto le già ben consolidate istituzioni internazionali, ma ne faciliterebbe l'espansione. Incoraggerebbe il desiderio, sempre crescente nel mondo di vivere uniti, e darebbe un forte impulso al progresso della religione, della scienza e della giustizia<sup>16</sup>.

13. Al secondo piano si trova la postazione multimediale *Hendrik e Olivia. Due vite una passione*, dedicata alla storia della famiglia Andersen, narrata attraverso la testimonianza del diario di Olivia Cushing, cognata dell'artista. Cfr. M. Amaturò, *Hendrik e Olivia. Due vite una passione*, in *Museo H.C. Andersen...cit.*, pp. 5-14.

14. «Io voglio – scriveva Andersen – fondare un'ampia e nuova città internazionale, nella quale le più importanti manifestazioni della civiltà umana vengono centrate, radunate da ogni parte del mondo, per poi nuovamente essere riversate, coordinate e dirette, in torrenti apportatori di bene e di progresso nel mondo intero». H.C. Andersen, in *Museo Hendrik Christian...cit.*, p. 14.

15. Sul volume cfr. A. Ciotta, *La cultura della comunicazione...cit.*, pp. 57-144.

16. H.C. Andersen, E.M. Hébrard, *Creation of a World Centre of Communication*, Paris 1913, II, pp. III-IV, citato in A. Ciotta, *La cultura della comunicazione...cit.*, p. 61.



Fig. 3. *Il volume* Creation of a World Centre of Communication di H.C. Andersen e H.M. Hébrard, Roma, Museo H.C. Andersen, Galleria



Fig. 4. H.C. Andersen, *Maquette per la Fontana della Vita*, fotoriproduzione, Roma, Archivio fotografico del Museo H.C. Andersen

Da questa dichiarazione di intenti e dall'articolata descrizione del progetto contenuta nel volume si evince il valore attribuito dall'artista alla 'comunicazione', in quanto mezzo di diffusione della conoscenza e strumento di progresso.



Nell'ambito della ricca collezione di Andersen, l'attenzione del progetto *Museo Facile* è stata volutamente indirizzata su un complesso scultoreo in particolare: la *Fontana della Vita*, una costruzione monumentale pensata dall'artista su tre livelli, strutturata in terrazze degradanti e coronata da dieci gruppi scultorei allegorici, disposti simmetricamente intorno ad una vasca centrale dal fondo decorato a mosaico che avrebbe raffigurato le *Quattro Stagioni* (fig. 4)<sup>17</sup>. I gruppi allegorici, divisi in tre nuclei tematici, rinviano a temi universali (vita e morte; amore e famiglia; amore e amicizia; progresso e religione) simbolicamente espressi nelle quarantotto figure che li compongono. Attraverso un sistema di getti d'acqua provenienti dall'alto, dalla vasca centrale una cascata ininterrotta sarebbe confluita poi verso le terrazze sottostanti.

La *Fontana* rappresentava per l'artista il cuore della sua città ideale e fu proprio mentre lavorava a essa che – come raccontò lui stesso – si sviluppò l'idea di progettare, su scala monumentale e su basi di armonia e di praticità, un Centro Mondiale o «Fontana del perenne fluire della Conoscenza»<sup>18</sup>. A questo complesso scultoreo appartiene il nucleo più consistente delle opere esposte nelle sale al pianterreno.

Gli apparati comunicativi progettati e realizzati riguardano dunque esclusivamente la *Fontana della Vita*, con l'intento primario di individuare, confrontandosi con una delle più importanti 'porzioni' della collezione, un metodo da proporre come strumento universale e versatile, applicabile un domani a qualsiasi altra struttura espositiva.

Il primo passo del progetto *Museo Facile*, e tratto distintivo di tutti i suoi settori applicativi, è stato però l'approfondimento della conoscenza dell'intero Museo Andersen, sviscerando ogni aspetto che riguardasse il suo fondatore, le sue collezioni e l'allestimento.

Conoscere il Museo ha significato non solo raccogliere e studiare la documentazione e la letteratura che lo riguarda, ma anche fare esperienza di esso, osservarne le dinamiche, monitorare il pubblico, sostare a lungo al suo interno e familiarizzare con il luogo. Un esercizio che ha implicato anche lo sforzo di

17. Per una descrizione analitica della *Fontana della Vita* cfr. A. Ciotta, *La cultura della comunicazione...* cit., pp. 64-70, 229-232.

18. H.C. Andersen, E.M. Hébrard, *Creation...*cit., II, p. 14, citato in A. Ciotta, *La cultura della comunicazione...* cit., p. 644.

provare a immaginare di essere Andersen, guardando la città di Roma dal suo terrazzo e sfogliando gli album di famiglia, per arrivare a comprendere a fondo le ragioni dell'artista e a mettere 'a nudo' l'identità e l'anima del Museo.

Da una tale lettura e dall'esperienza del Museo sono scaturite le riflessioni principali che sono state alla base delle azioni e delle strategie poi messe in campo. Prima fra tutte la considerazione di quanto il Museo Andersen, anche per la particolarità della sua storia e delle sue collezioni, potesse risultare 'difficile' per una fetta molto ampia del suo pubblico.

Difficile in primo luogo da capire, perché il visitatore che non abbia già acquisito notizie sulla collezione e che non voglia soffermarsi a leggere tutto il contenuto delle paline in legno realizzate in occasione dell'apertura del museo, o che non sia guidato da un operatore museale, è sicuramente colpito dalla maestosità dei gruppi scultorei, incuriosito dalle maniacale ripetizione delle planimetrie disposte lungo le pareti di una delle sue sale al pianterreno – guardandole si chiederà probabilmente a quale città europea si riferiscano, senza intendere subito che si tratti di una città utopica – ma proverà grosse difficoltà a 'ricontestualizzare' e a 'reinterpretare' le opere, a compiere cioè due delle azioni principali proprie del processo comunicativo di un museo.

Al contempo è un museo difficile da raggiungere, perché si trova in una palazzina nascosta, in una zona periferica del quartiere e non è indicato da un'adeguata segnaletica nell'ambito del contesto urbano. Proprio per questa ragione è anche un museo spesso ignorato, come mostra il ridottissimo numero dei visitatori (8.000 l'anno), nonostante sia situato in un quartiere particolarmente vivo e frequentato.

### *Le aree di intervento*

Entriamo adesso nel cuore del progetto per mettere in risalto i principali aspetti su cui ci siamo concentrati.

Al centro dell'attenzione è il pubblico, con tutte le sue caratteristiche, diversità ed esigenze. L'intento che ci ha guidati è stato quello di ripensare al museo come luogo di accoglienza, di comprensione del patrimonio culturale e di integrazione sociale.

Ciò che ha trovato tutti d'accordo è stata proprio la volontà di contrastare il concetto di 'privatizzazione del sapere' nella consapevolezza di quanto all'opposto sia fondamentale la sua condivisione. Del resto – come scrive il noto teorico della comunicazione Kark Erik Rosengren – l'etimologia stessa del termine «comunicare», correlato a «communis» ('comune'), comprende in sé il significato profondo di questa complessa attività: la volontà di condividere le conoscenze, arricchendo e rafforzando così il 'senso comune', è la «precondizione essenziale per l'esistenza di qualsiasi comunità»<sup>19</sup>.

Il punto di partenza sono stati alcuni aspetti decisivi della comunicazione 'interna', relativi a cartellini e pannelli<sup>20</sup>. Innanzitutto la *Parola scritta nel museo*, per riprendere il titolo di un convegno organizzato nel 2008 dalla Regione Toscana con la partecipazione dell'International Council of Museums (ICOM), che ha costituito un'importante occasione di riflessione in ambito nazionale su questo tema, trattato soprattutto dalla letteratura di area anglosassone e francofona<sup>21</sup>.

Ecco perché la prima operazione che il gruppo di lavoro si è proposta è stata quella di semplificare i testi dei pannelli già esistenti<sup>22</sup>. Un'operazione non intesa, come spesso succede, nel senso di impoverire i contenuti, ma al contrario, come da più parti è stato sottolineato, un lavoro colto e raffinato, rivolto a sottrarre complicazione e ad aggiungere senso<sup>23</sup>.

Bisogna precisare che la pannellistica al Museo Andersen è stata realizzata in due momenti diversi: il primo nel 1999, in coincidenza con l'apertura del museo, quando furono collocate paline in legno, con lunghe descrizioni in italiano e in inglese dell'edificio e della collezione seguite da un elenco delle opere; il secondo

19. K.E. Rosengren, *Communication: An Introduction*, London 2000, trad. it. *Introduzione allo studio della comunicazione*, Bologna 2001, p. 11.

20. La «comunicazione interna» o verso l'interno è rappresentata dall'insieme degli «strumenti utilizzati nel museo per orientare, informare, rendere accessibili e mediare i contenuti presenti» (A. Solima, *Il museo in ascolto...cit.*, p. 134). Cfr. anche C. Da Milano, E. Sciacchitano, *Linee guida...cit.*, pp. 61-72.

21. *La parola scritta...cit.*

22. Il gruppo di lavoro è formato da: T. Baris, D. Cardile, F. Fiorini, M. Miele, L. Saturnino, M. Toti; tutor: G. Lauti. Cfr. *Id.*, *L'esperienza di tirocinio: la semplificazione dei testi del museo H.C. Andersen, infra*.

23. *Semplificare il linguaggio burocratico. Meccanismi e tecniche*, a cura di A. Lucarelli, 2001, p. 3-<http://www.regione.emilia-romagna.it/urp/semplificazione/index.htm>; C. Da Milano, E. Sciacchitano, *Linee guida...cit.*, p. 44.



Fig. 5. *Palina con pianta di orientamento del Museo*, Roma, Museo H.C. Andersen, Studio

nel 2010 con l'installazione di tre nuovi pannelli, sempre bilingui, collegati al progetto multimediale *Hendrik e Olivia. Due vite una passione*<sup>24</sup>.

Si tratta di una pannellistica sommaria, che non tocca tutti gli aspetti della collezione e non è integrata da apparati diversi (come planimetrie, foto, ricostruzioni 3D) che possano aiutare il visitatore ad orientarsi in mezzo alla 'selva' di sculture monumentali. Offre all'attenzione del pubblico soltanto una piantina molto essenziale, contenuta in una delle paline del 1999, nella quale l'allestimento del Museo è ricostruito con l'ausilio di numeri, ognuno dei quali rimanda ad un elenco descrittivo delle opere che si trova nelle altre paline (fig. 5). Uno strumento di questo tipo è apparso immediatamente di difficile lettura perché costringe il lettore a una faticosa collazione fra tre punti: la pianta con l'indicazione numerica, l'elenco descrittivo delle opere ed infine l'opera esposta.

Nei testi si riscontrano inoltre alcuni importanti fattori che ne riducono la comprensibilità, quali l'uso di tecnicismi e di termini astratti, il ricorso a periodi lunghi e ricchi di subordinate, e molti altri elementi che offuscano la leggibilità: dalla dimensione e tipo del carattere, al contrasto, dall'in-

24. Cfr. M. Sacco, *Analisi degli aspetti comunicativi del Museo H.C. Andersen*, *infra*.

terferenza con lo sfondo, alla spaziatura del testo e organizzazione della pagina, fino alla collocazione fisica del supporto.

Indispensabile in questo lavoro è stato quindi l'apporto di un linguista – nel nostro caso il collega Gianluca Lauti – che, a prescindere dalla materia trattata, sa come agire sui meccanismi linguistici e comunicativi ed è in grado di riformulare i testi in modo che la lingua scritta risulti più chiara e quindi più fruibile dal pubblico.

Con il suo apporto, i materiali didattici già esistenti sono stati riletti e rivisitati in funzione dei contenuti e della comprensibilità linguistica, ma anche dal punto di vista dei processi cognitivi, dei meccanismi di lettura e di elaborazione delle informazioni<sup>25</sup>.

I nuovi testi redatti nell'ambito del progetto per le schede di sala, e fruibili anche attraverso un QR Code, utilizzano – proprio su indicazione di Gianluca Lauti – il modello maieutico (domanda/risposta) che, poco sperimentato in ambito museale, contribuisce a facilitare il più possibile l'approccio al testo didattico di un museo.

Diversa invece è stata l'articolazione del testo redatto per la realizzazione dei video in Lingua Italiana dei Segni (d'ora in poi LIS). Dal confronto nell'ambito dei gruppi di lavoro – e in particolare con i referenti dell'Istituto Statale Sordi di Roma che si sono occupati più direttamente degli ausili e tecnologie per l'accessibilità alle persone con disabilità uditiva – è emerso l'obbligo di utilizzare in questo caso una modalità narrativa, perché più funzionale alla trasposizione dei testi in LIS in quanto permette una maggiore ricchezza espressiva<sup>26</sup>.

Del testo ci siamo occupati sia sul piano del contenuto, sia su quello della lingua, ma anche della strutturazione tipografica, in accordo con quanto sostenuto dai più recenti studi secondo i quali l'apparato scritto è al tempo stesso testo e immagine, e di conseguenza la comunicazione scritta nel museo deve rispondere a criteri di leggibilità (cioè comprensibilità) che

25. Cfr. G. Lauti, *I problemi linguistici di Museo Facile: tra semplificazione lessicale e adattamento testuale*, *infra*; *Id.*, *L'esperienza di tirocinio: la semplificazione dei testi del Museo H.C. Andersen*, *infra*.

26. F. Di Meo, *Un lavoro di mediazione culturale*, *infra*; F. Pallotta, *Una fruizione dinamica e consapevole*, *infra*.

si intrecciano e fondono con la sua visibilità<sup>27</sup>. Alla cura dei valori propri della scrittura semplice e chiara deve sommarsi dunque quella per la forma visiva: dalle dimensioni del testo alle caratteristiche del suo supporto, dalla sua posizione alla riconoscibilità della sua funzione nella logica discorsiva del museo, dalla sua congruità alla coerenza con il contesto.

Nel caso degli apparati testuali di *Museo Facile*, l'utilizzo del modello maieutico (domanda-risposta), oltre ad agevolare il processo di lettura e comprensione del testo, favorisce una strutturazione tipografica efficace, inducendo a organizzare lo scritto in blocchi informativi, evidenti graficamente, che possono essere letti anche in modo indipendente<sup>28</sup>. Per gli stessi motivi i testi non hanno rimandi tra loro e ogni porzione di essi ha senso compiuto.

Inoltre, ragionando sul particolare allestimento del Museo – come già evidenziato – ci siamo subito resi conto che gli apparati testuali già esistenti, seppure accompagnati da una planimetria delle sale, non erano sufficienti per orientare in modo efficace il visitatore e che, anche semplificando il linguaggio, non si sarebbe raggiunto lo scopo.

Da qui la ricerca di un sistema che 'a colpo d'occhio' guidasse il visitatore nel lavoro di ricontestualizzazione delle opere. Era importante cioè far comprendere che una parte dei gessi e bronzi esposti nelle due sale al pianterreno facevano parte del progetto più ampio e complesso della *Fontana della Vita*, pensata e progettata da Andersen in tutti i suoi dettagli, e al contempo risultava prioritaria l'esigenza di renderne facile l'individuazione.

È stato questo il compito sul quale si è concentrato il secondo gruppo di lavoro, dedicato alla comunicazione museale<sup>29</sup>.

Il metodo più efficace è apparso quello di riprodurre fotograficamente la sala e, all'interno dell'immagine, di isolare le singole sculture che si riferiscono alla *Fontana della Vita*, ciascuna accompagnata dall'indicazione del soggetto e contraddistinta da una lettera che la identifica anche in tutti

27. D. Jalla, *La comunicazione scritta...* cit., p. 16. Cfr. anche P. Rodari, *Certo che li leggono! Evidenze sulla lettura dei testi nelle esposizioni dagli studi sui visitatori*, in *La parola scritta...*cit., pp. 27-36; S. Bruni, *La leggibilità dei testi: consapevolezza e progetti*, in *La parola scritta...*cit., pp. 77-86.

28. Cfr. T. Baris, D. Cardile, F. Fiorini, M. Miele, L. Saturnino, M. Toti, *Il pannello Museo Facile per il Centro Mondiale di Comunicazione*, *infra*.

29. Il gruppo di lavoro è formato da: A. Chiarlitti, M.C. Pelloni, M. Sacco, T. Valente, L. Verrecchia; tutor: I. Bruno.



Fig. 6. *Pannello Museo Facile della Fontana della Vita* (parte superiore), Roma, Museo H.C. Andersen, Studio



Fig. 7. *Pannello Museo Facile della Fontana della Vita* (parte inferiore), Roma, Museo H.C. Andersen, Studio

gli altri apparati. Alla riproduzione fotografica, che restituisce visivamente nel modo più semplice ed efficace possibile la collocazione delle opere nell'attuale allestimento, è affiancata una foto d'epoca della *maquette* del complesso scultoreo realizzata dallo stesso Andersen, corredata dalle immagini delle singole sculture pubblicate nel volume *Creation of a World Centre of Communication*, in modo da far comprendere meglio il progetto complessivo e la collocazione di ciascuna opera nel suo contesto. Questo è il primo pannello del supporto comunicativo progettato per l'Andersen, che consente la restituzione visiva e al contempo concettuale del monumento (fig. 6).

Un secondo pannello, sempre all'interno dello stesso supporto, accosta alla pianta delle sale del Museo la planimetria della *Fontana della Vita*, disegnata sempre da Andersen (fig. 7). La pianta del Museo indica lo spazio in cui si trovano oggi le opere favorendo l'orientamento dei visitatori, mentre

la planimetria della *Fontana* fa capire quale doveva essere la collocazione delle statue nel contesto complessivo del monumento, secondo l'idea originaria dell'artista. Un'unica legenda posta a sinistra permette di mettere immediatamente in connessione i due aspetti.

Questo pannello è assai articolato: innanzitutto è termoformato e integra lo strumento didattico tradizionale della tavola tattile, leggibile solo dalle persone non vedenti, con un supporto grafico che lo rende accessibile a tutti, rispondendo dunque ai canoni del *design for all*<sup>30</sup>. La legenda della pianta del Museo è in braille ed è redatta seguendo in maniera puntuale accorgimenti grafici che agevolano la lettura delle persone ipovedenti<sup>31</sup>. È stato aggiunto inoltre un QR Code che rimanda ai testi semplificati inerenti i principali aspetti della collezione, sia in italiano sia in inglese, ed ai video in LIS. Il QR Code è anche implementabile ed è stato studiato per essere accessibile ai non vedenti, individuando un'applicazione di lettura che non andasse in conflitto con il dispositivo *Voice Over* di cui sono dotati gli smartphone e corredandolo di un apposito riquadro sopraelevato per consentirne l'individuazione tattile<sup>32</sup>.

I testi semplificati, fruibili attraverso schede di sala bilingui, e l'apparato complessivo di strumenti quali QR Code, planimetrie, foto, tavole tattili termoformate, video in LIS, concorrono dunque a creare un unico sistema integrato, indicato per pubblici diversi, che trova nel progetto di una nuova tipologia di supporto comunicativo – realizzato dall'architetto Lorenzo Mattone – il suo più congeniale 'contenitore' (fig. 8)<sup>33</sup>. Questo progetto ha comportato un impegno notevolissimo, documentato dalle sue varie redazioni, proprio perché è stato il risultato finale delle riflessioni comuni, della condivisione di obiettivi e della maturazione di tutto il gruppo di lavoro<sup>34</sup>.

30. Per *Design for all* o *Universal Design* si intende la progettazione di spazi, ambienti ed oggetti utilizzabili da un ampio numero di persone a prescindere dalla loro età e capacità psicofisica. Su questo aspetto cfr. I. Fenici, *Un modello tattile per Il Centro Mondiale di Comunicazione di H.C. Andersen*, *infra*, e V. La Francesca, L. Zito, *QR Code e sito web accessibili*, *infra*.

31. Cfr. P. Bucciarelli, *Ci.Vis. Città Visibili. Strumenti, metodi e tecniche per la realizzazione di mappe visuo-tattili architettoniche, urbane e urbanistiche*, Bologna 2004.

32. Cfr. A. Chiarlitti, M.C. Pelloni, L. Verrecchia, *QR Code per un Museo Facile*, *infra*.

33. I supporti per gli apparati comunicativi sono stati disegnati da Lorenzo Mattone e realizzati dalla Mastroiannidesign - Clipper System.

34. Le varie ipotesi di progetto del supporto sono state illustrate da L. Mattone (*Il supporto Museo Facile, evoluzione del progetto*) durante la III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, Cassino, Campus Folcara, 8 maggio 2014.



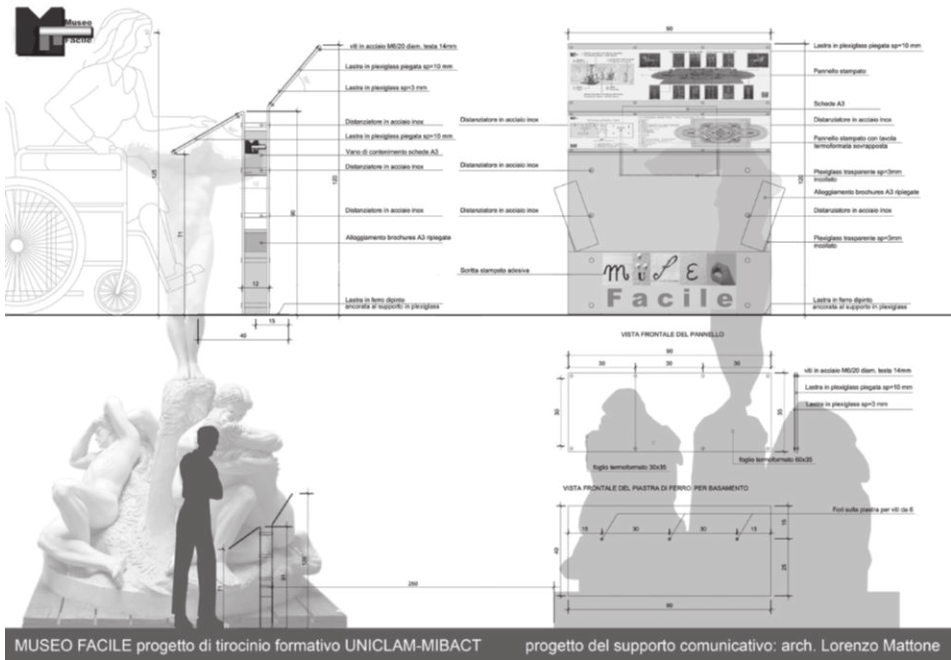
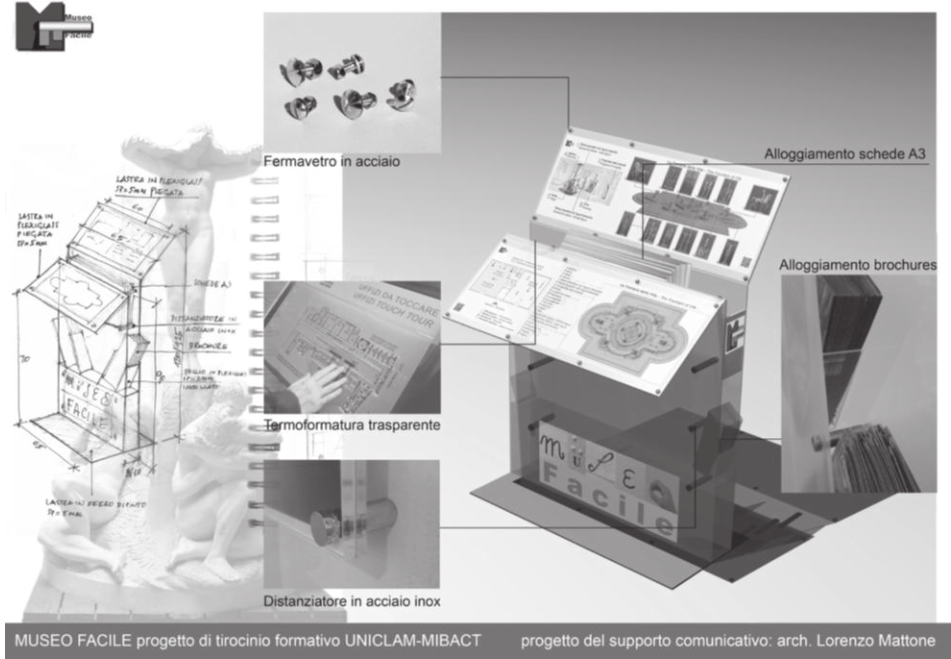


Fig. 8-9. Studio del supporto degli apparati comunicativi Museo Facile (autore: Lorenzo Mattone)

Si tratta di un supporto dalla struttura autoportante, in plexiglass, che rispetta gli standard di altezza previsti dalla normativa per persone con disabilità motoria su sedia a ruote ed è dotato di una base pesante in ferro che gli conferisce stabilità ma non costringe a fissarlo al pavimento (fig. 9). Il suo *design* è volutamente leggero ed essenziale allo scopo di non disturbare la visione delle statue e renderne ben visibili le basi originali. Il supporto ha anche alcune tasche disegnate per contenere le schede di sala e la *brochure* del progetto, in modo da raccogliere nello stesso contesto tutti gli strumenti utili per orientare e fornire contenuti a pubblici diversi.

Di questo tipo di supporto sono stati realizzati due esemplari gemelli, che si diversificano solo per gli apparati visivi e le schede di sala inserite, collocati al centro della Galleria e dello Studio, ossia nelle due sale al pianterreno dove sono esposte le sculture della *Fontana della Vita*.

Anche i supporti dei cartellini rispettano l'allestimento perché, essendo in plexiglass, sono trasparenti e realizzati in modo da essere inseriti sotto la base delle sculture.

Il loro testo è molto leggibile grazie ai caratteri grandi e alla scelta del font *sans-serif*. La planimetria della *Fontana della Vita* riprodotta in piccolo, in alto a sinistra, permette inoltre di capire subito la collocazione dell'opera all'interno del progetto originario.

L'altro strumento che intende integrare la comunicazione all'interno del Museo è il modello tridimensionale della *Fontana della Vita*, basato su uno studio attento del volume *Creation of a World Centre of Communication* e dei materiali grafici conservati nel Museo. È un modello sia virtuale – visibile attraverso un audiovisivo che ha lo scopo di introdurre il visitatore più direttamente ed 'emozionalmente' alla comprensione della *Fontana della Vita*<sup>35</sup> – sia plastico con apposita legenda esplicativa in braille, esplorabile tattilmente e inserito all'interno del percorso museale<sup>36</sup>. Il modello tattile, come risulta evidente, è uno strumento utile a tutti perché contribuisce a riportare a unità i singoli tasselli, le sculture cioè incontrate durante la visita. Accanto ad esso sono collocate statuette in bronzo realizzate dal-

35. Il modello 3D e l'audiovisivo sono stati realizzati da Lorenzo Mattone. L'audiovisivo è visibile in una sala apposita al primo piano, insieme agli altri video realizzati nell'ambito del progetto *Museo Facile* e a quelli già esistenti.

36. Cfr. I. Fenici, *Un modello tattile...cit.*

lo stesso Andersen che riproducono le sculture della *Fontana della Vita*, anch'esse esplorabili tattilmente. In questo modo è favorita la percezione aptica dell'opera d'arte, facendo sì che l'esperienza percettiva del non vedente non sia affidata solo alla descrizione verbale, come spesso avviene nei musei nei quali prevale quasi sempre il divieto di toccare<sup>37</sup>.

Il percorso *Museo Facile* si ferma oggi alla contestualizzazione della *Fontana della Vita*.

Durante il progetto, tuttavia, è stato studiato un percorso completo dell'Andersen 'segnato' in particolare da alcune stazioni, con l'intento di indirizzare il visitatore a soffermarsi sulle opere che più delle altre permettono di 'far parlare' il Museo. A ogni stazione corrisponde una sezione del percorso, dotata di apparati comunicativi specifici con le stesse caratteristiche di alta comprensibilità di quelli appena descritti, mirati a favorire la conoscenza e la comprensione a fondo della collezione e della casa-museo<sup>38</sup>.

Questi strumenti progettati e posti all'interno del Museo costituiscono solo alcune delle azioni portate avanti da *Museo Facile*.

Un altro gruppo di studenti, guidati da tutor del MiBACT, si è concentrato sulla comunicazione 'esterna', insistendo anche sulla promozione e divulgazione in rete del progetto<sup>39</sup>. Le azioni portate avanti sono state: il potenziamento del sito web del Museo Andersen, con l'inserimento di nuove immagini e contenuti che favoriscono e facilitano la conoscenza delle collezioni<sup>40</sup>; la formazione di uno spazio dedicato al progetto nell'ambito dei siti web istituzionali<sup>41</sup>; la progettazione e costruzione del sito web

37. Per approfondimenti su questo aspetto cfr. L. Secchi, *L'educazione estetica per l'integrazione*, Roma 2004; *L'arte a portata di mano: verso una pedagogia di accesso ai Beni culturali senza barriere*, Atti del convegno, Ancona 21-23 ottobre 2004, Roma 2006; A. Grassini, *La tattilità, una nuova frontiera dell'arte, infra*.

38. Cfr. I. Bruno, *Un percorso ed un'immagine coordinata per Museo Facile*, in *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, Il Giornata di studi, Cassino, Campus Folcara, 30 maggio 2013.

39. La «comunicazione verso l'esterno» è rappresentata dall'insieme degli «strumenti pubblicitari, promozionali e redazionali che possono essere utilizzati per promuovere l'istituzione e le sue attività agli occhi di una molteplicità di interlocutori» (A. Solima, *Il museo in ascolto...cit.*, p. 134). Il gruppo di lavoro è formato da: R. Bartoli, F. Tersigni; tutor: M.A. Ettore, e da: A. Chiarlitti, S. Vitti, A. Zecca; tutor: F. Verolini.

40. <http://www.museoandersen.beniculturali.it/index.php?it/91/le-opere-galleria-fotografica>.

41. <http://www.sed.beniculturali.it/index.php?it/335/museo-facile>; <http://www.museoandersen.beniculturali.it/index.php?it/175/museo-facile>.

[www.laboratori.unicas.it](http://www.laboratori.unicas.it) nel portale dell'Ateneo di Cassino<sup>42</sup>; la creazione di un server dedicato all'interno del quale sono stati posizionati i contenuti del QR Code<sup>43</sup>; l'apertura e la cura di una pagina *facebook* destinata al progetto. Sempre allo scopo di promuovere il Museo Andersen e divulgare il progetto *Museo Facile* attraverso la rete e i *social network*, utilizzando canali multimediali di diffusione come *You Tube*, sono stati ideati e realizzati un breve video sul Museo (*You Andersen*) e una *clip* sul progetto<sup>44</sup>.

Le altre attività che hanno visto impegnati gli studenti sono state rivolte allo sviluppo del dialogo interculturale all'interno del Museo e alla progettazione di laboratori didattici e iniziative diverse di educazione al patrimonio, dall'intervento nella trasmissione *Conversazione d'arte* nella radio web dell'Unione Italiana Ciechi, a proposte didattiche basate sulla specificità del Museo Andersen, in quanto 'casa museo', e accomunate dall'intento di aprire la struttura agli stranieri e agli immigrati presenti a Roma<sup>45</sup>.

Per rendere chiaramente riconoscibile il percorso *Museo Facile* all'interno di un allestimento già esistente, un'intensa riflessione all'interno dei gruppi di lavoro ha riguardato in particolare l'immagine coordinata<sup>46</sup>. L'esigenza era non solo quella di caratterizzare il percorso, ma anche di mettere con forza in luce gli obiettivi del progetto. Oltre al ricorso a una presentazione grafica sempre coerente, sono stati elaborati un *brand* e

42. Il sito web *Museo Facile*, creato all'interno del portale dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, raccoglie al suo interno tutti i materiali informativi e 'formativi', i risultati man mano conseguiti, le esperienze vissute durante i moduli formativi, gli elaborati prodotti dai vari gruppi di lavoro nelle fasi iniziali, intermedie e finali dell'iter progettuale, nonché ovviamente le linee progettuali e le strategie operative. L'intento è di farvi confluire l'intero 'patrimonio' del progetto, rendendolo uno strumento utile per le attività. Al sito ha lavorato con notevole impegno e grande dedizione Alessandra Chiarlitti.

43. [www.museofacile.unicas.it](http://www.museofacile.unicas.it).

44. Cfr. A. Zecca, *You Andersen: un museo a portata di click, infra*. Il video è visibile in una sala apposta al primo piano, insieme agli altri audiovisivi realizzati nell'ambito del progetto *Museo Facile* e a quelli già esistenti.

45. I gruppi di lavoro sono così formati: il primo *Educazione al patrimonio culturale* da A. Fracassi, M.R. Giocondo, E. Marrocco, T. Rea, tutor: M. Di Berardo; il secondo *Intercultura* da F. Caparco, M. Integlia, S. Leone, tutor: V. Ongini.

46. L'immagine si dice «coordinata» quando gli elementi di comunicazione visiva (loghi, colori, caratteri tipografici, impaginazione e presentazione grafica, impostazione della comunicazione promozionale) sono coerenti l'uno con l'altro, contribuendo a rafforzare l'identità visiva, e quindi la riconoscibilità, di un'istituzione, azienda, organizzazione e qualsiasi altra entità sociale, commerciale o concettuale a cui si riferisce. Cfr. ad esempio V. Pasca, D. Russo, *Corporate image: un secolo d'immagine coordinata dall'AEG alla Nike*, Milano 2005.

un *logo* utilizzati, secondo le esigenze, in tutti gli apparati comunicativi e nell'attività di promozione. Per la realizzazione del *logo* le proposte sul piano grafico sono state molteplici, ma sempre incentrate sul tema dell'accessibilità e della possibilità di fornire una chiave di lettura comune, che consentisse di aprire il museo a noi stessi e agli altri<sup>47</sup>.

Il motivo caratterizzante del *brand* sono i pubblici diversi, ognuno evocato attraverso una delle lettere che compone la parola museo: la «M» scritta da un bambino, la «U» in braille, la «S» da un anziano, la «E» in cirillico, la «O» in LIS<sup>48</sup> (fig. 10). Oggi sia il *logo* sia il *brand* caratterizzano l'immagine coordinata del progetto e lo identificano ripetendosi con costanza durante il percorso.

### *Un primo bilancio*

A questo punto è possibile tracciare un primo bilancio dell'esperienza formativa di *Museo Facile*, rimandando le conclusioni al momento della valutazione definitiva del progetto, quando saranno disponibili i dati raccolti attraverso un monitoraggio dei visitatori ed un'ulteriore verifica dei risultati conseguiti<sup>49</sup>.

L'intero programma ha rappresentato innanzitutto un'ottima opportunità di crescita e di sperimentazione sul campo per gli studenti universitari, che hanno avuto un'occasione per imparare a muoversi all'interno di una

47. Le proposte sono tutte inserite nello spazio Forum del sito [www.laboratori.unicas.it](http://www.laboratori.unicas.it).

48. Anche durante le giornate di studio, appositamente organizzate nell'ambito del progetto, questi elementi hanno fatto da cornice e l'intento di *Museo Facile* di aprire il museo a pubblici diversi è stato ulteriormente sottolineato dal contenuto grafico delle locandine che mostra una pluralità di visitatori (cfr. I. Bruno, *Museo Facile, un ponte tra didattica e ricerca, infra*, figg. 4-5). Si deve in particolare modo all'architetto Lorenzo Mattone l'ideazione e la cura degli aspetti grafici, sia degli apparati comunicativi del Museo Andersen, sia dei materiali illustrativi (locandine, cavalieri, cartelle stampa, presentazioni in power point) utilizzati per le giornate di studio. Un apporto sostanziale è stato dato da Sara Leone, tirocinante del corso di laurea in Lettere, la quale con grande dedizione ha anche progettato la grafica di questo volume.

49. Strumento fondamentale del progetto è la valutazione degli apparati e delle scelte comunicative attuate. Alle valutazioni *ex-ante* e in *itinere*, già realizzate, sta seguendo attualmente la terza fase consistente nella valutazione *ex-post* che permetterà di valutare il risultato finale. Sull'importanza e le modalità del processo valutativo degli apparati testuali all'interno di un museo cfr. G. Hein, *Evaluation of museum programmes and exhibits*, in *The Educational Role...cit.*, pp. 305-311; G. Binks, D. Uzzell, *Monitoring and evaluation: the techniques*, in *The Educational Role...cit.*, pp. 298-300; C. Da Milano, E. Sciacchitano, *Linee guida... cit.*, pp. 73-76.

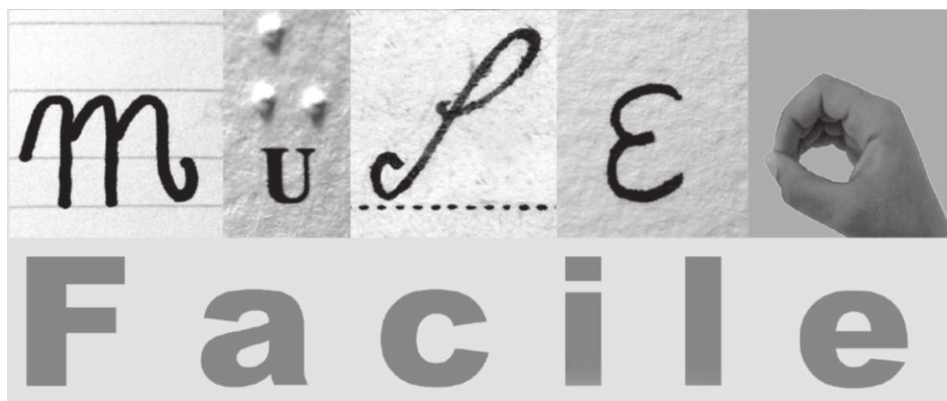


Fig. 10. Brand del progetto Museo Facile

traiettoria, a lavorare in maniera proficua su un progetto in linea con le proprie specializzazioni di studio e ad approfondire relazioni utili al proseguimento delle rispettive attività.

Un'ottima occasione di crescita non solo per gli studenti universitari, ma per tutto il gruppo di lavoro. A tutti ha insegnato infatti a guardare con occhi diversi i visitatori, in particolare le cosiddette categorie deboli; a considerare chi vive in condizioni di disagio non soltanto come il termine ultimo delle iniziative rivolte a migliorare la vivibilità dei luoghi e il godimento del patrimonio culturale, ma anche come 'portatore di competenze', da coinvolgere pienamente sin dalla fase progettuale del lavoro; a ritenere che eliminare le barriere percettive significa considerare l'accessibilità come un vero 'diritto di cittadinanza' che si espleta anche attraverso il miglioramento di una fruizione di luoghi e servizi valida per tutti, e non solo per specifici gruppi di cittadini.

L'esito principale del progetto è stato quindi la trasformazione di un momento formativo in un processo di lavoro pluridisciplinare, che ha portato all'interazione delle varie istituzioni coinvolte e al dialogo tra saperi, competenze e abilità diversi, reso possibile proprio per la differente provenienza e formazione sia delle figure istituzionali e dei docenti che hanno partecipato, sia degli studenti iscritti in corsi di studio differenti. La virtuosa sinergia che si è realizzata, pertanto, è sicuramente uno degli aspetti più positivi di questa iniziativa.

*Museo Facile*, quindi, vuol dire nuovi strumenti e nuovi percorsi per pubblici diversi. Strumenti e percorsi che probabilmente non utilizzano nulla di nuovo. Innovativi invece sono lo spirito e il modo con cui sono stati ideati e realizzati, perché fondati in primo luogo sull'importanza della condivisione del patrimonio culturale e sulla consapevolezza del forte potere che le 'diversità' hanno nell'unirci. E in questo modo, ci piace pensare anche che l'utopia di Andersen di creare un *Centro mondiale di comunicazione* non sia rimasta del tutto irrealizzata.

GIANLUCA LAUTA\*

## I problemi linguistici di *Museo Facile* tra semplificazione lessicale e adattamento testuale

Se si misura l'ampiezza di un libro, non dal numero delle pagine, bensì dal tempo che occorre per capirlo, di alcuni libri si potrebbe dire che sarebbero molto più brevi, se non fossero così brevi.

Immanuel Kant

### *La brevitatis e il suo contrario: i principi della semplificazione testuale*

Nei manuali di scrittura antichi e moderni si insegna anzitutto a rispettare il principio della *brevitas*, quale fondamento di tutte le altre abilità di uno scrivente. La violazione dei principi di economia testuale è del resto intuitivamente percepita da chiunque. Metterò da parte, quindi, le citazioni troppo serie, e mi limiterò a ricordare qualcuno tra i tanti oratori vaniloquenti entrati nella tradizione popolare per vie diverse; da Balanzone all'Azzeccagarbugli, passando per il meno famoso *prete Cujo*, ricordato nel Dizionario di Tommaseo, s.v. *Cujo*: «È la illuminazione di prete Cujo, Che con di molti lumi facea bujo, suol dirsi di Chi pretendendo chiarire un dubbio, illustrare un luogo d'autore, e simili, parla e scrive così intralciato e fuor di ragione che lo rende più oscuro che mai».

Il prete Cujo può ripresentarsi talvolta in qualche trattatista contemporaneo; in un suo contributo di qualche anno fa, Adriano Colombo traeva da una rivista il seguente esempio negativo: «Se teniamo ben presente che l'asse culturale portante di un liceo linguistico deve essere correttamente identificato nell'approccio il più organico e completo possibile con la comunicazione interpersonale, intesa, ovviamente, soprattutto come

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Nel presente contributo si trovano, rifusi e integrati, tre distinti interventi da me fatti nelle giornate di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, svolte presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 17 aprile 2012, il 30 maggio 2013 e l'8 maggio 2014.



comunicazione linguistica; se riteniamo che questo asse debba svilupparsi ed articolarsi soprattutto in relazione alle forme di questa comunicazione e alle complesse problematiche ad essa connesse...». Colombo aggiungeva poi un laconico commento: «Si potrebbe correttamente parafrasare così: 'dato che in un liceo linguistico si studiano soprattutto le lingue'»<sup>1</sup>.

A dispetto di queste premesse, semplificare un testo scientifico non significa mai soltanto *accorciarlo*: un'erma, in parole semplici (ma non brevi), è una 'statua a mezzo busto posta su un pilastro'. La semplificazione comporta di fatto una tensione tra due necessità opposte. La lunghezza eccessiva del testo è, quindi, solo il più vistoso di due aspetti. Possiamo comunque partire da lì: cos'è che rende un testo troppo lungo e come si fa ad abbreviarlo? È famoso, tra i linguisti, un sarcastico articolo di Italo Calvino uscito sul «Giorno» del 3 febbraio 1965, intitolato *Per ora sommersi dall'antilingua*<sup>2</sup>; eccone il passaggio centrale:

Il brigadiere è davanti alla macchina da scrivere. L'interrogato, seduto davanti a lui, risponde alle domande un po' balbettando, ma attento a dire tutto quello che ha da dire nel modo più preciso e senza una parola di troppo: «Stamattina presto andavo in cantina ad accendere la stufa e ho trovato tutti quei fiaschi di vino dietro la cassa del carbone. Ne ho preso uno per bermelo a cena. Non ne sapevo nulla che la bottigliera di sopra era stata scassinata». Impassibile, il brigadiere batte veloce sui tasti la sua fedele trascrizione: «Il sottoscritto essendosi recato nelle prime ore antimeridiane nei locali dello scantinato per eseguire l'avviamento dell'impianto termico, dichiara d'essere casualmente incorso nel rinvenimento di un quantitativo di prodotti vinicoli, situati in posizione retrostante al recipiente adibito al contenimento del combustibile, di aver effettuato l'asportazione di uno dei detti articoli nell'intento di consumarlo durante il pasto pomeridiano, non essendo a conoscenza dell'avvenuta effrazione dell'esercizio soprastante».

La parodia di Calvino esibisce un campionario non completo, ma abbastanza vasto, del linguaggio burocratico. I due testi, di contenuto identico, sono di dimensioni ben diverse (42 parole il primo, 64 il secondo). Il primo si basa su uno stile paratattico (*andavo ad accendere... e ho trovato...*) e sull'accostamento di

1. A. Colombo, *Polistirolo espanso*, in «Italiano e Oltre», 1, 1990, p. 40.

2. L'articolo è stato poi raccolto nel volume *La nuova questione della lingua*, a cura di O. Parlantelli, Brescia 1971, pp. 173-76; successivamente, anche in I. Calvino, *Una pietra sopra*, Torino 1980, pp. 122-24. Una discussione particolareggiata del brano di Calvino si trova in T. Raso, *La scrittura burocratica. La lingua e l'organizzazione del testo*, Roma 2011, pp. 17-19.

periodi brevi (*ne ho preso uno, non ne sapevo nulla, ecc.*). Il secondo testo è architettato in modo ben più complesso: sulla proposizione principale (*il sottoscritto dichiara*) grava un solo lunghissimo periodo ipotattico; attorno ad essa si sviluppano – ma forse bisognerebbe dire si abbarbicano – nove subordinate, due poste prima e sette dopo il verbo *dichiarare*. L'efficacia del testo è ulteriormente indebolita dal fatto che il soggetto e il predicato della reggente sono allontanati in modo artificioso (*il sottoscritto, essendosi... per eseguire..., dichiara*).

In genere, nel linguaggio burocratico, le frasi nominali sono considerate più appropriate delle frasi verbali; per cui, una formula come *l'avvenuta effrazione dell'esercizio* è percepita come superiore rispetto a *la bottigliera è stata scassinata*. Si moltiplicano, quindi, in questi testi, i nomi deverbali, che comportano spesso lunghi giri di parole: *accendere* → *eseguire l'avviamento*, *trovare* → *incorrere nel rinvenimento* e così via (*contenimento, asportazione, effrazione*).

Nel settore del lessico, Calvino mette in rilievo uno dei tratti più tipici dello stile burocratico (potremmo chiamarlo “negazione della quotidianità”), consistente nella censura sistematica del vocabolario domestico; e quindi: *cantina* → *locali dello scantinato*, *stufa* → *impianto termico*, *vino* → *prodotti vinicoli*, *cassa* → *recipiente adibito al contenimento*, *carbone* → *combustibile*, *cena* → *pasto pomeridiano*, *bottigliera* → *esercizio*. Stesso destino tocca a tutte le altre parti del discorso (*stamattina* → *nelle prime ore antimeridiane*, *di sopra* → *soprastante*, ecc.).

L'articolo di Calvino costituisce solo il singolo episodio di una vasta battaglia culturale. Mano a mano che questa battaglia si inaspriva, aumentava la necessità di descrivere in modo oggettivo i tratti di un ‘testo facile’. Ci si occupò soprattutto del lessico. Nel prossimo paragrafo approfondiremo questo aspetto.

### *Qualche ragguaglio terminologico*

In vari paesi europei si approntarono liste di frequenza delle lingue nazionali, cioè elenchi di parole effettivamente usate nella lingua di tutti i giorni: per la lingua inglese, per esempio, si era giunti, già tra le due guerre, a una lista di 850 vocaboli, oggi del tutto superata, nota come *basic english*<sup>3</sup>;

3. C.K. Odgen, *A Short Guide to Basic English*, Cambridge 1937; I.A. Richards, *Basic English and Its Uses*, New York 1943. Per ulteriori informazioni a riguardo, si veda A.G. Sciarone, *Vocabolario*

qualche decennio più tardi, in Italia, un gruppo di ricerca guidato da Tullio De Mauro arrivò a circoscrivere il cosiddetto ‘vocabolario di base’.

I risultati di quegli studi possono essere riapplicati con profitto anche al settore della comunicazione museale. È necessario, però, chiarire preliminarmente il significato di alcuni termini-chiave elaborati da questa branca della linguistica. Anzitutto, il vocabolario di base *non* è il vocabolario dell’uso (ne costituisce, semmai, un minuscolo sottoinsieme). L’intero vocabolario dell’uso (comprendente nei dizionari italiani di oggi circa 100.000-120.000 entrate) non potrebbe davvero rappresentare il repertorio reale di *tutti* gli italiani; vi si trovano anzi migliaia di forme ignote alla maggioranza dei parlanti. Apro a caso lo Zingarelli 2015 e trovo *afelio* ‘il punto più lontano dal Sole nell’orbita che un corpo descrive intorno ad esso’, *Cristo pantocratore* ‘immagine di Cristo benedicente nelle chiese bizantine (letteralmente ‘onnipotente’), *filatterio* ‘cartiglio’, *scialbatura* ‘intonacatura’; ma trovo anche regionalismi come *abiatco* ‘nipote’, *baba* ‘donna vecchia’ (tra i settentrionalismi), *càtera* ‘mandorla ancora immatura’ *carnezzeria* ‘macelleria’ (tra i meridionalismi). Mi imbatto, infine, in qualche arcaismo (per esempio, la forma dantesca – *Inf.* XXI, 54 – *accaffare* ‘afferrare’). Tutte queste parole sono note a singole categorie di parlanti, accomunati dalla professione, dalla provenienza, dalla fascia d’età o dal livello culturale.

Dunque, il dizionario dell’uso non fornisce alcuna garanzia di semplicità lessicale. Le forme che possiamo considerare veramente note a tutti gli italiani (o, più precisamente, a circa il 90% di essi), individuate sulla base di complesse indagini sul campo, sono in realtà circa 7000 e, da alcuni anni, sono facilmente controllabili nel *Grande Dizionario dell’Uso*<sup>4</sup>.

I 7000 lessemi del Vocabolario di base risultano comprensibili ai parlanti che abbiano terminato il primo ciclo delle scuole secondarie (la terza media, secondo la vecchia terminologia). Al suo interno il vocabolario di base è così composto:

lessico fondamentale: comprende i 2000 lessemi più frequenti e include parole funzionali (*e, a, un, perché, come, solo, ecc.*), aggettivi (*bello, brutto,*

*fondamentale della lingua italiana*, Perugia (1977) 1995.

4. Si tratta del dizionario che rende immediatamente accessibili gli esiti di una lunga serie di ricerche sul parlato: *Grande dizionario dell’Uso (GRADIT)*, diretto da T. De Mauro, Torino 1999.

*alto, basso, ecc.*), sostantivi (*casa, sedia, tavolo, fiume, mare, ecc.*), verbi (*mangiare, bere, ecc.*).

Lessico di alto uso: comprende 2500-3000 lessemi, con una frequenza leggermente più bassa dei precedenti, ma comunque noti alla quasi totalità dei parlanti italiani. Si tratta di forme come *certezza, càmice, pecora, mucca, castello, cicoria, pidocchio, maschera, probabile, formidabile, torrente, circolare, contrastare, ecc.*

Cosa sia il lessico di alta disponibilità, comprendente circa 2300 lessemi, lo lasciamo spiegare direttamente a Tullio De Mauro: «Si tratta di parole che può accaderci di non dire né tantomeno di scrivere mai o quasi mai, ma legate ad oggetti, fatti, esperienze ben noti a tutte le persone adulte nella vita quotidiana. Sono le parole che diciamo o scriviamo raramente, ma che pensiamo con grande frequenza. Queste parole, come si è capito da circa trent'anni, rischiano di restare fuori dalle liste di frequenza e di uso»<sup>5</sup>. Nel lessico di alta disponibilità rientrano parole come *abbottonare, adolescenza, alfabeto, astuto, cuffia, deforme, elica, gravidanza, licenziamento, parcheggiare, parentesi, pedale, pigro, spellare, tragheto*<sup>6</sup>.

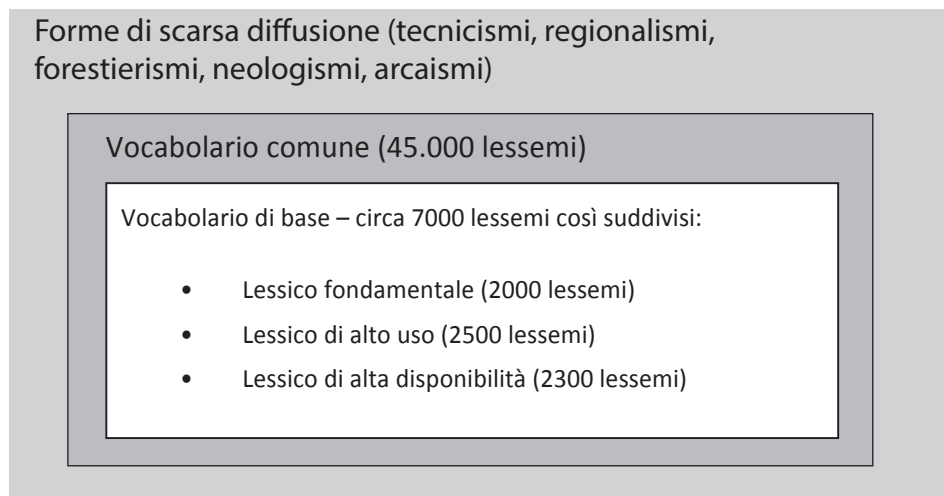
Il Vocabolario di base ha costituito, per la linguistica, una vera conquista concettuale, ma certi suoi impieghi, talora ispirati a un'idea paternalistica delle masse popolari, hanno suscitato perplessità. Non sarebbe realistico, né didatticamente proficuo, supporre masse di parlanti, capaci unicamente di reagire a stimoli come *bello, brutto, alto, basso, mangio, bevo*. In realtà, tra le parole universalmente note e quelle sconosciute alla maggioranza dei parlanti si può individuare un'area intermedia, in cui compaiono forme note a larga parte della popolazione. Quest'area intermedia, nota come 'vocabolario comune', comprende circa 45.000 lessemi. Il grafico rappresenta tutta intera la struttura del vocabolario dell'uso (grafico 1).

Nell'area del 'vocabolario comune', dunque, si trovano tutte le forme che in teoria dovrebbero essere scarsamente diffuse (termini specialistici, regionalismi, forestierismi, neologismi), ma che per qualche ragione sono

5. Cfr. T. De Mauro, *Guida all'uso delle parole*, Roma 1991, p. 150.

6. Per una trattazione sintetica sul vocabolario di base si veda almeno A. Giuliani, C. Iacobini, A.M. Thorton, *La nozione di vocabolario di base alla luce della stratificazione diacronica del lessico dell'italiano*, in *Parole e numeri. Analisi quantitative e fatti di lingua*, a cura di T. De Mauro, I. Chiari, Roma 2005, pp. 193-209, p. 196.

Grafico 1. Struttura del vocabolario dell'uso



entrate nella competenza di larghissime fasce di parlanti (i tramiti della loro diffusione sono quasi sempre la scuola e i mezzi di comunicazione di massa).

Questo avviene, soprattutto, perché le scienze sono per loro natura divulgative e quindi cedono alla lingua comune parte del loro patrimonio lessicale; si pensi, per l'architettura a *androne*, *arco*, *attico*, *cornicione*, *cupola*, *galleria*, *mansarda*, *navata*, ecc. o, per la psicoanalisi, a *complesso*, *lapsus*, *mitomane*, *psicodramma*, *rimuovere* e così via. Ma, come si vede da questi esempi, le forme del vocabolario comune non sono tutte facili allo stesso modo; personalmente, valuto *cupola* e *mansarda* come più semplici e più diffuse rispetto a *navata* e *androne*. A questo si aggiunga che molti tecnicismi che entrano nell'uso vanno soggetti a processi di slittamento del significato. Il quotidiano «La Repubblica» del 20/11/2014, titola «Colosseo, tra un anno verrà aperto 'l'attico'»; *attico* tra virgolette (in modo corretto, direi) per far capire al lettore comune che non si sta parlando di un appartamento. Un architetto, però, ci spiegherebbe che quello usato da «Repubblica» è il significato proprio della parola attico ('parte dell'edificio sovrapposta al cornicione') e che le virgolette bisognerebbe semmai usarle tutte le volte che si fanno usi estesi di questo vocabolo ('in un condominio, l'appartamento dell'ultimo piano').

Tocchiamo qui un argomento centrale nell'ottica della semplificazione dei testi museali: quello della varietà delle competenze di singoli sotto-

gruppi di parlanti. Un tecnicismo come *frullatore a immersione* potrebbe essere perfettamente noto a una casalinga con un basso di titolo di studio (sarà per lei quindi un vocabolo comune) e risultare del tutto oscuro a uno studente universitario. Un adolescente si destreggerà in mezzo ai tecnicismi dello sport, come *off-side* 'fuorigioco', *sombrero* 'azione del giocatore che supera l'avversario facendogli passare la palla sopra la testa', *rabona* 'tiro effettuato incrociando la gamba di battuta dietro quella di appoggio' e altri termini che la casalinga tratterà più o meno alla stregua di rune.

In altre parole, il vocabolario di base definisce il fondo lessicale della lingua italiana, effettivamente uguale per tutti; per il resto, cosa sia ovvio e cosa raro, cosa sia facile e cosa sia difficile, si può definire solo dal punto di vista dei singoli parlanti. Per una buona semplificazione linguistica dei testi museali, dopo tanto misurare, siamo di nuovo costretti ad appellarci al criterio prescientifico del buon senso: una forma nota alla metà dei parlanti italiani appartiene indubbiamente al vocabolario comune; usarla in un pannello museale significherebbe però accettare che circa la metà dei frequentatori del museo potrebbe non comprenderne il significato.

Con *Museo Facile* si è cercato di dare la massima evidenza alla questione dei destinatari, ma è evidente che questo rimane uno dei punti migliorabili del progetto: occorrerebbe studiare sistemi autonomi di semplificazione, tarati sulla singola categoria debole; questo comporterebbe notevoli difficoltà nella gestione delle schede di sala, delle *brochures*, dei cataloghi e di altri strumenti cartacei.

### *Troppo breve: la densità informativa del testo scientifico*

Da quanto abbiamo detto nel primo paragrafo, dovrebbe risultare chiaro che solo i testi mal concepiti si prestano a processi di condensazione molto drastici. Il tema della parodia di Calvino era, in fondo, il seguente: come si semplifica un cattivo testo settoriale. Vediamo ora come si semplifica un testo settoriale ben scritto (nei musei, si tratta peraltro della maggioranza dei casi).

Intanto, anche qui, qualche distinzione preliminare: i *sottocodici*<sup>7</sup> (o *lingue speciali*) si suddividono in *lingue specialistiche* e *lingue settoriali*. Le lingue specialistiche possiedono un lessico specifico e regole convenzionalmente stabilite (è il caso, per esempio, della medicina, della fisica, della chimica organica). Le lingue settoriali non possiedono un vero e proprio lessico specifico – o meglio, ne possiedono uno molto ridotto – e hanno un grado basso di formalizzazione (è il caso di molte discipline umanistiche: arte, letteratura, storia, ecc.).

In genere, i sottocodici contengono due tipi di tecnicismi: *specifici* e *collaterali*. I tecnicismi specifici hanno un valore conoscitivo; potrebbe essere il caso di *elettrolisi* ‘migrazione degli ioni di un elettrolito a cui è stata applicata una opportuna differenza di potenziale’. La definizione richiede 15 parole e rimane comunque criptica (cosa sono gli ioni? Cos’è un elettrolito? Cos’è la differenza di potenziale?). La densità informativa di questo tipo di tecnicismi è altissima e a chi ha il compito di semplificare il testo non rimane quasi mai scelta tra l’omissione e la glossa esplicativa talvolta molto ingombrante. Le sostituzioni ‘brevi’, sempre possibili (‘processo chimico’, ‘metodo per ridurre una sostanza ai suoi elementi costitutivi’, ‘tecnica per proteggere i metalli dalla corrosione’), muovono fatalmente in direzione di una maggiore genericità o addirittura di una sostanziale inesattezza.

Ben diverso il caso dei tecnicismi collaterali, che hanno un valore soprattutto stilistico; servono cioè ad adeguare il testo alla situazione: un medico, annotando i sintomi dichiarati da un paziente, non scriverà «dice che gli fa un po’ male la bocca stomaco»; scriverà invece «il paziente accusa lievi dolori epigastrici». Ora, le due frasi significano esattamente la stessa cosa; sono solo scritte in due stili diversi<sup>8</sup>. In un pannello museale i tecnicismi collaterali sono senza dubbio i più facili da semplificare: la semplificazione può avvenire in questi casi per semplice sostituzione.

Passiamo ora a un’altra distinzione che ha ricadute significative sul processo di semplificazione. Come si è visto nel paragrafo precedente, tra il linguaggio specialistico e la lingua comune i confini non sono affatto netti: i

7. Si veda il volume di R. Gualdo, S. Telve, *Linguaggi specialistici dell’italiano*, Roma 2011, pp. 17-21, dove sono discusse importanti questioni terminologiche.

8. Ricavo, riadattandoli, gli esempi del linguaggio della medicina da L. Serianni, *Un treno di sintomi. I medici e le parole: percorsi linguistici nel passato e nel presente*, Milano 2005 (soprattutto alle pp. 127-139).

linguaggi specialistici si servono della lingua comune e prestano alla lingua comune parole nuove. Quando la scienza e la tecnologia introducono un nuovo oggetto o un nuovo concetto, si costruisce di solito a tavolino una parola nuova che lo designi, attingendo, per esempio, al vocabolario delle lingue classiche (*aerobiosi* ‘processo vitale o fisiologico che si svolge in presenza di aria o di ossigeno libero’, *agamia* ‘tipo di riproduzione asessuata frequente negli animali inferiori e nei vegetali, che avviene per divisione diretta o per frammentazione’; entrambi sul greco: il primo da *bíōsis* ‘condotta di vita’, il secondo da *gámos* ‘nozze’); altrimenti, si può estendere il significato di parole già esistenti. Nessuno dei due sistemi di denominazione si può considerare veramente accessibile a un pubblico non specializzato. I tecnicismi specifici costruiti estendendo il significato di una parola già esistente, richiedono, come tutti gli altri tecnicismi specifici, lunghi processi esplicativi. Si pensi a un’espressione della fisica esternamente trasparente come *quinta forza*, spiegabile come ‘forza responsabile dell’interazione delle particelle con il campo di Higgs’; la glossa, come accade sempre con i tecnicismi specifici, risulta abbastanza oscura; il lettore si chiederà cosa sia una forza in fisica, cosa siano le particelle, cosa sia il campo di Higgs.

### *La semplificazione di un pannello museale: un’applicazione*

Tenendo conto di tutti i problemi discussi finora, proverò a semplificare due pannelli della pinacoteca del Castello Sforzesco di Milano. La scelta è stata casuale; ho solo avuto cura di scegliere uno tra i tanti musei che permettono la consultazione *online* dei propri pannelli (i testi che mostrerò sono visibili a questo indirizzo: <http://c3box.consortech.it/swf/>). La qualità dei testi della pinacoteca è molto buona; sono quindi già densi; non avrebbe senso cercare di asciugarli ulteriormente.

Osservando i pannelli, è emersa la necessità di distinguerne due tipi, che pongono problemi di semplificazione non perfettamente coincidenti: a) pannelli tematici (presentazione di autori e di scuole, ricostruzioni storico-culturali, ecc.); b) pannelli-*ékphrasis* (descrizione dell’opera esposta).





Fig. 1. V. Foppa, *Madonna del Libro*, Milano, Pinacoteca del Castello Sforzesco

Nel caso prescelto, si presenta un dipinto di Vincenzo Foppa (*Madonna del Libro*, fig. 1), con due pannelli: nel primo si delinea la figura di Foppa, nel secondo si descrive il quadro. Cominciamo dal pannello tematico:

|    |  |
|----|--|
| 1  | Dopo la metà del Quattrocento, il pittore bresciano Vincenzo Foppa è il caposcuola di un radicale rinnovamento del linguaggio figurativo in Lombardia. Della severa e coinvolgente arte foppesca, la Pinacoteca conserva alcune delle testimonianze più intense, fra le quali emerge il raffinato capolavoro della Madonna con il Bambino, detta Madonna del libro.  |
| 5  |  |
| 10 | Insieme all'architetto Filarete, Foppa fu protagonista dei più innovativi cantieri religiosi e civili promossi dal duca Francesco e poi dal figlio Galeazzo Maria Sforza. Il ciclo di pitture murali, con temi desunti dall'antichità, steso dal pittore sulle pareti dell'edificio milanese detto Banco Mediceo, è pressoché scomparso, ma da quel sontuoso palazzo provengono i busti in terracotta con le effigi di Imperatori antichi di icastica forza plastica.  |
| 15 | Il trascorrere del tempo e le vicende del mercato collezionistico hanno profondamente condizionato la sopravvivenza delle opere; ne è esemplare memoria la sequenza di dipinti esposti nella sala, elementi spesso frammentari di complessi pittorici. Assai raro e pressoché intatto è l'altare portatile di Bernardino Butinone. L'imponente "machina d'altare" del Polittico di San Rocco di Cesare da Sesto si offre con i pannelli superstite incastonati nella ricca incorniciatura realizzata nell'Ottocento. |

|    |  |
|----|--|
| 20 | Nel gruppo di artisti riflettenti con sensibilità diverse l'innovativa poetica di Leonardo da Vinci, si segnala la figura di Marco d'Oggiono con una replica della Vergine delle Rocce e la personalità di Bernardino Luini, qui documentato da un quadro da devozione, una Madonna con Bambino sprofondata nell'ombra, e da un soggetto profano proposto nel gigantesco affresco raffigurante Ercole e Atlante. |
| 25 | Il breve soggiorno milanese dell'architetto pittore Donato Bramante imprime una svolta nel linguaggio figurativo lombardo, accolto e promosso lungo i primi decenni del Cinquecento da una ristretta cerchia di committenti di alto lignaggio. Ne sono testimoni, con cadenze diverse, Bartolomeo Suardi detto Bramantino e Agostino Busti detto Bambaia, di cui si propone la marmorea Madonna Taccioli.        |

Usando il *GRADIT*, possiamo valutare il grado di difficoltà del lessico, secondo i criteri descritti nel secondo paragrafo (tabelle 1-2).

Tabella 1.

|                               |   |                            |
|-------------------------------|---|----------------------------|
| Lessico fondamentale          | dopo la metà il pittore è il di un del in della severa arte la conserva alcune delle più fra le quali il con il bambino detta del libro insieme all'architetto fu dei più e civile dal e poi dal figlio il con dall fondamentale dal pittore sulle pareti dell' milanese detto è scomparso ma da quel palazzo i in con le di antichi di forza il trascorrere del tempo e le vicende del mercato hanno la delle opere ne è la di nella sala elementi spesso di assai raro è l' di l' d' si offre con i nella ricca realizzata nell' nel gruppo di artisti con diverse l' di si la figura di qui da un quadro da nell' ombra con bambino soggetto proposto nel e il breve milanese dell architetto pittore una nel accolto e lungo i primi del da una di di alto ne sono testimoni con diverse detto detto di cui si propone la | <b>Vocabolario di base</b> |
| Lessico di alto uso           | linguaggio testimonianze intense emergere capolavoro protagonista cantiere promossi temi edificio provengono imperatore complesso intatto imponente altare superstite sensibilità segnala sprofondata gigantesco affresco soggiorno imprime svolta linguaggio lombardo promosso   |                            |
| Lessico di alta disponibilità | radicale raffinato religioso pitture busti  |                            |
| Vocabolario comune            | quattrocento bresciano caposcuola rinnovamento figurativo coinvolgente pinacoteca madonna madonna innovativo duca murale desunto medico pressoché sontuoso terracotta effigi icastico plastico collezionistico profondamente condizionato sopravvivenza esemplare memoria a   |                            |

Tabella 1. (segue)

|                     |  |  |
|---------------------|--|--|
|                     | 'oggetto che tiene desto o risveglia il ricordo'<br>sequenza dipinto esposti frammentari pittorico<br>pressoché portatile pannelli incastonato<br>incorniciatura ottocento riflettenti innovativa<br>poetica documentato devozione madonna profano<br>raffigurante figurativo decenni cinquecento<br>ristretta cerchia committenti lignaggio cadenze<br>marmorea |  |
| Termini scientifici | machina ciclo antichità banco 'istituto di credito'  |  |
| Non registrato      | Foppesca altarolo  |  |

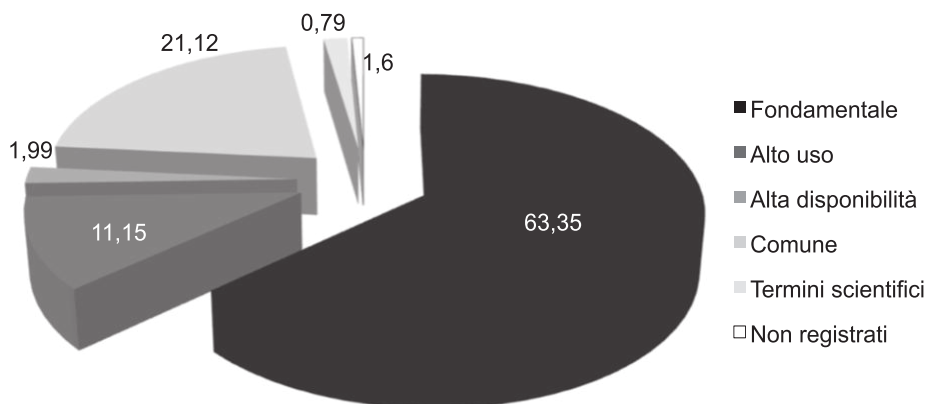
Tabella 2. Tabella riepilogativa

| Area del vocabolario | Occorrenze | Frequenza (percentuale) |
|----------------------|------------|-------------------------|
| Fo                   | 159        | 63,34                   |
| Au                   | 28         | 11,15                   |
| Ad                   | 5          | 1,99                    |
| Co                   | 53         | 21,11                   |
| TS                   | 4          | 1,59                    |
| NR                   | 2          | 0,79                    |

In grigio è evidenziato il vocabolario di base. Forme utili 251

Come si vede, i problemi posti da questo testo non sono legati alla qualità del lessico (né a quella della sintassi): siamo lontanissimi dalle contorsioni del linguaggio burocratico mostrate all'inizio. Il 76,48% delle forme utili appartiene al vocabolario di base. Il resto è nell'area del vocabolario comune. I vocaboli veramente difficili sono sei in tutto: l'aggettivo di relazione *foppesco* (rifatto su un modulo morfologico tradizionale, particolarmente caro alla critica d'arte: *caravaggesco*, *leonardesco*, *michelangioloesco*, ecc.) e *altarolo*. Entrambi del resto sono in qualche modo decifrabili anche da un utente medio; il primo è comunque di elementare semplificazione (*di Foppa*); per l'altro, meno banale, forse potrebbe bastare 'dipinto su tavola'. Anche i termini settoriali, in linea con i caratteri del linguaggio della critica d'arte, si collocano, diciamo, lungo il confine del vocabolario comune *machina* (alla latina per *macchina* nel senso ampio di 'congegno') *ciclo* 'serie, sequenza', la forma *antichità*, indicante una precisa epoca storica, e *banco* 'istituto di credito' (grafico 2).

Grafico 2. Lessico di frequenza del primo pannello



Si conferma, inoltre, quanto avevamo già osservato sulle forme appartenenti al vocabolario comune: non sempre sono così facili; si trovano in questo settore vocaboli tutt'altro che ovvi, come *figurativo*, *pinacoteca*, *mediceo*, *icastico*, ecc. (anche questi, del resto, agevolmente semplificabili).

C'è poi una certa abbondanza – e anche ricercatezza – degli aggettivi, in linea con lo stile generale della critica d'arte<sup>9</sup> (miei i corsivi): «*severa e coinvolgente arte foppesca*» (rr. 2-3) «alcune delle testimonianze più *intense*» (rr. 3-4), «*icastica forza plastica*» (r. 10), ecc. In un pannello semplificato gli aggettivi di questo tipo andrebbero probabilmente cassati.

In cosa consiste, allora, la difficoltà? Il testo appare sobrio quanto a scelte linguistiche, ma culturalmente troppo elevato. Il rapporto tra nomi propri e nomi comuni potrebbe fornire una misura della quantità di conoscenze che si suppongono nel lettore. Mettendo insieme gli antroponimi, i toponimi, i titoli delle opere, gli aggettivi di relazione che rimandano a nomi propri, otteniamo il seguente elenco: «Vincenzo Foppa» r. 1, «Filarete» r. 6, «duca Francesco» r. 7, «Galeazzo Maria Sforza» r. 7, «Bernardino Butinone» r. 15, «Cesare da Sesto» r. 16, «Leonardo da Vinci» rr. 18-19,

9. Cfr. P.V. Mengaldo, *Tra due linguaggi. Arti figurative e critica*, Torino 2005, pp. 23-28; p. 23: «Un primo fatto generale è l'incremento sia quantitativo che qualitativo dell'aggettivazione, allo scopo anzitutto di definire in modo più sfumato e insieme preciso, più screziato e nuovo un dettaglio, connotandone nello stesso tempo la risonanza nel riguardante».

«Marco d’Oggiono» r. 19, «Bernardino Luini» r. 20, «Donato Bramante» r. 23, «Bartolomeo Suardi detto Bramantino» r. 23, «Agostino Busti detto Bambaia» r. 24, «Lombardia» r. 2 «foppesca» r. 3, «Banco Mediceo» r. 9, «Madonna con il Bambino» r. 4, «Polittico di San Rocco» r. 16, «Madonna del Libro» r. 5, «Vergine delle Rocce» r. 19, «Madonna con Bambino» r. 21, «Ercole ed Atlante» r. 22, «Madonna Taccioli» r. 24.

Ben 53 parole, su 303 complessive (il 17,49%), servono a formare nomi propri. In campo umanistico, un testo così fitto di nomi propri equivale a un testo sovraccarico di tecnicismi in qualunque altro campo scientifico. Per una valutazione preliminare del testo da semplificare, la percentuale dei nomi propri va dunque considerata come una spia che rileva il livello di difficoltà: una frase come «nel gruppo di artisti riflettenti con sensibilità diverse l’innovativa poetica di Leonardo da Vinci, si segnala la figura di Marco d’Oggiono con una replica dalla Vergine delle Rocce» può essere sottoposta a un *maquillage* linguistico (per esempio, da *replica* a *copia* e altre operazioni simili), ma questo genere di interventi avrebbe un effetto di semplificazione molto parziale.

A mio giudizio, questo testo non è semplificabile in profondità (perché, in un certo senso, è già semplice, per lettori di livello adeguato): andrebbe piuttosto riscritto fornendo tutt’altre informazioni (quelle di cui avrebbe bisogno un utente inesperto di storia dell’arte).

Passiamo ora al pannello-*ékphrasis*:

|    |  |
|----|--|
| 1  | La solidità plastica delle figure che, con attento gioco illusionistico, si affacciano dalla cornice dorata, ha fatto spesso pensare alla derivazione da un modello scultoreo, ma il morbido chiaroscuro che addensa le ombre sui volti, acceso da lumeggiature dorate, rimanda al mondo poetico foppesco. Il panneggio accartocciato, di consistenza quasi metallica, del manto della Vergine, riporta la tavola al momento di più forte inflessione ferrarese del linguaggio di Foppa, esito di una meditazione sulle opere dipinte da Francesco del Cossa nel palazzo di Schifanoia a Ferrara e a Bologna, intorno al 1472-1473, e suggerisce una datazione attorno al 1475 per la tavola. L’iscrizione che corre lungo la cornice dorata è l’incipit di un’orazione in onore dell’Immacolata Concezione attribuita a Sisto IV (1471-1484), sostenitore del dogma che divideva in quegli anni Francescani e Domenicani. |
| 5  |  |
| 10 |  |

Molte delle osservazioni fatte per il pannello precedente potrebbero essere ripetute qui. La qualità del lessico è molto simile e il testo risulta sufficientemente semplice sul piano lessicale e sintattico. Trattandosi però

di un testo descrittivo, la percentuale di nomi propri è significativamente più bassa: 11 nomi propri su 133 parole, cioè circa l'8,2% del totale (scendiamo al 6%, se escludiamo *Foppa* e *foppesco*, essendo Foppa l'autore del quadro che si sta descrivendo; tabelle 3-4). Anche per questo motivo, il testo offre buoni margini di semplificazione.

Tabella 3. Tabella riepilogativa

| Area del vocabolario | Occorrenze | Frequenza (percentuale) |
|----------------------|------------|-------------------------|
| Fo                   | 83         | 66,94                   |
| Au                   | 10         | 8,07                    |
| Ad                   | 0          | 0                       |
| Co                   | 26         | 20,97                   |
| TS                   | 4          | 3,22                    |
| NR                   | 1          | 0,80                    |

Parole 133; forme utili: 124

Tabella 4.

|                               |  |                            |
|-------------------------------|--|----------------------------|
| Lessico fondamentale          | la delle figure che con attento gioco si affacciano dalla ha fatto spesso pensare alla da un modello ma il che le ombre sui volti rimanda al mondo il di quasi del della riporta la al momento di più forte del di di una sulle opere dipinte da nel palazzo di a e a intorno al e una attorno al per la l' che corre lungo la è l' di un in onore dell attribuita a del che divideva in quegli anni e | <b>Vocabolario di base</b> |
| Lessico di alto uso           | cornice morbido da poetico metallica Vergine ferrarese linguaggio suggerisce cornice   |                            |
| Lessico di alta disponibilità |  |                            |
| Vocabolario comune            | solidità plastica illusionistico dorata derivazione scultoreo chiaroscuro addensa acceso dorate panneggio 'insieme delle pieghe di un tessuto disposte in modo armonioso' accartocciato consistenza manto inflessione intonazione esito meditazione datazione iscrizione dorata incipit orazione sostenitore domenicano francescano  |                            |
| Termini scientifici           | tavola tavola 'supporto, spec. di legno, levigato e opportunamente preparato per dipingere a olio o a tempera / il dipinto eseguito su tale supporto'. dogma lumeggiatura 'operazione di lumeggiare o l'effetto così ottenuto', immacolata concezione  |                            |
| Non registrato                | foppesco   |                            |

Il nuovo testo potrebbe presentarsi così:

Tre fatti interessanti:

1. Sembra di vedere un'immagine in rilievo, perciò inizialmente si è pensato che Foppa avesse dipinto il quadro copiando da una scultura. In realtà, questo era il modo di dipingere dell'artista (si può vedere anche in altre sue opere)<sup>10</sup>.
2. Il manto della Vergine, accartocciato (sembrerebbe quasi di metallo), ci offre un'informazione interessante: Foppa aveva presenti le opere ferraresi e bolognesi di un altro pittore, di nome Francesco Del Cossa, che dipingeva i mantelli nello stesso modo. Queste opere furono prodotte da Del Cossa tra il 1471 e il 1473: il quadro di Foppa, quindi, fu dipinto certamente in anni successivi (probabilmente intorno al 1475).
3. L'iscrizione che si vede lungo la cornice dorata è una preghiera all'Immacolata Concezione (cioè a Maria concepita senza peccato originale) attribuita a papa Sisto IV (1471-1484). Per la Chiesa Cattolica, l'Immacolata Concezione costituisce un dogma solo dal 1854. Nel Quattrocento era ancora motivo di accese polemiche soprattutto tra francescani (che credevano all'Immacolata Concezione di Maria) e domenicani (che non ci credevano). La preghiera che si legge nella cornice non è quindi così scontata come potrebbe apparire oggi.

Come si vede, la semplificazione è consistita in gran parte nel ridurre il testo originario ai suoi nuclei informativi (il messaggio iniziale «ti sto dando tre informazioni» non va sottovalutato; rappresenta un elemento di semplificazione cognitiva di una certa rilevanza). La scomposizione è accompagnata da un certo numero di esplicitazioni che allungano, non abbreviano, il testo (si passa dalle 133 parole dell'originale alle 252 parole di quello semplificato).

Non misurerò la qualità del lessico nel testo da me prodotto, ma si potrebbe mostrare che le forme appartenenti al vocabolario di base corrispondono percentualmente all'originale: non è in quel settore, quindi, che è avvenuta la semplificazione.

Attorno all'azione principale di ristrutturazione del testo ruotano tutte le altre. Se il testo originale è ben costruito, la semplificazione lessicale e sintattica rimane un'operazione marginale e, quasi sempre, elementare.

10. Sto al testo originale, senza aggiungere niente di mia iniziativa. Ci sarebbe comunque spazio per precisare che la plasticità dell'immagine è uno dei segni del rinnovamento della pittura quattrocentesca (basti ricordare, tra i tanti, Leon Battista Alberti, *Della pittura (De Pictura)*, in *Opere volgari*, III, a cura di C. Grayson, Bari, pp. 7-107, p. 82: «Io, coi dotti e non dotti, loderò quelli visi quali come scolpiti parranno uscire fuori della tavola»).

MARINA DI BERARDO\*

## Ereditare il futuro. Pubblici e comunità nella co-creazione del patrimonio

Mi aspetto da un'istituzione artistica del XXI secolo che sia flessibile, sincera, democratica, multiculturale, contraddittoria e audace. Splendida quando è ricca, eroica quando non ha denaro. Deve avere la testa fra le nuvole, funzionare in maniera esemplare, avere lo spirito di squadra, i piedi per terra e un cuore grande così.

D. Thorp

La crescente attenzione dedicata alla ridefinizione collettiva del valore della cultura e dei suoi impatti<sup>1</sup> – in termini di formazione identitaria, memoria di un territorio, qualità di cittadinanza e crescita del capitale creativo – ha favorito, negli ultimi decenni, all'interno delle logiche stesse di sviluppo delle economie evolute, il riconoscimento del ruolo strategico del 'fare' culturale, come strumento di crescita individuale e identitaria, fattore riduttivo degli aspetti di interdipendenza e multidimensionalità dell'esclusione sociale e mezzo di integrazione, individuandone – ancora di recente<sup>2</sup> e in linea con le linee di indirizzo generali dell'Unione Europea, definite, fino al 2020, con l'ultimo programma quadro *Europa creativa*<sup>3</sup> – le condizioni fondanti

\* Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

Nel presente contributo sono riuniti, con le opportune integrazioni, i contenuti degli interventi presentati, presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della II giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 30 maggio 2013) e della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 8 maggio 2014).

1. P.L. Sacco, *I distretti del pensiero*, in «Il Sole 24 Ore», 28 febbraio 2006; P.L. Sacco, L. Zarrì, *Cultura, promozione della libertà positiva e integrazione sociale*, in «Economia della cultura», IV, 2004, pp. 409-507; C. Caliendo, P.L. Sacco, *Italia Reloaded. Ripartire con la cultura*, Bologna 2011; W. Santagata, *Distretti culturali, diritti di proprietà e sviluppo economico sostenibile* in «Rassegna economica», I, 2000; *Id.*, *La fabbrica della cultura. Ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del paese pubblico*, Bologna 2007.

2. [http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/documents/omc-report-access-to-culture\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/documents/omc-report-access-to-culture_en.pdf).

3. <http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>; S. Costa, *Programma Europa Creativa 2014-2020*, in *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, a cura di F. De Biase, Milano 2014, pp. 38-44.



e attuative nel supporto a politiche di settore in grado di garantire ad ogni individuo e/o gruppo mezzi reali di accesso e partecipazione alla cultura.

Una cultura che ha assunto i termini di ‘democrazia culturale’, basata sui diritti di persone che condividono determinati riferimenti e si riconoscono in un’identità comune<sup>4</sup>, correlata alle attuali forme di cittadinanza politica e sociale e su cui sempre più si profilano agire gli assunti teorici della riflessione, ancora in corso, sulle culture/conoscenze come ‘beni comuni’<sup>5</sup>, categoria<sup>6</sup> a lungo espulsa dal diritto italiano, con conseguente marginalizzazione delle forme di gestione condivisa delle risorse, categoria che pone il problema di recuperare alla giuridicità la dimensione collettiva, ma anche categoria divenuta oggetto – pochi anni fa – di una significativa estensione relativa al progetto di inserimento, tra i beni pubblici, dei beni archeologici, culturali ed ambientali<sup>7</sup>.

All’interno di queste linee di tendenza, è andata quindi progressivamente posizionandosi anche una nuova focalizzazione del *frame* concettuale di riferimento concernente il patrimonio.

Attraversato negli anni da continui processi di attribuzione semantica e valoriale<sup>8</sup>, mezzo per la comprensione critica sia dell’identità sia della diversità culturale<sup>9</sup>, il suo ultimo essere riconosciuto – all’interno di una

4. A. Laaksonen, *Making Culture Accessible - Access, participation and cultural provision in the context of cultural rights*, Consiglio d’Europa 2010, p. 11.

5. Riflessione recepita anche all’interno delle recenti linee programmatiche del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (Commissioni congiunte VII Camera e VII Senato della Repubblica, *La cultura come bene comune e come diritto: il contesto europeo nello scenario mondiale*, 23 maggio 2013).

[http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/Ministero/LegislaturaCorrente/Massimo-Bray/Audizioni/visualizza\\_asset.html\\_2057032597.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/Ministero/LegislaturaCorrente/Massimo-Bray/Audizioni/visualizza_asset.html_2057032597.html).

6. In termini estesi è possibile individuare due grandi gruppi: i beni comuni di carattere naturale (ecosistema, clima, foreste umide, banchi di pesca, etc.), che hanno necessità di essere governati; i beni comuni di carattere socio-culturale, come il linguaggio, la conoscenza, il cosiddetto capitale sociale (reti sociali, relazioni fiduciarie all’interno delle comunità locali, saperi tradizionali) che esigono di essere resi accessibili.

7. Cfr. i risultati dei lavori delle proposte di riforma della classificazione dei beni del libro III del Codice Civile elaborata dalla Commissione sui Beni Pubblici, presieduta da Stefano Rodotà e istituita presso il Ministero della Giustizia (D.M. 21 Giugno 2007) al fine di elaborare uno schema di legge-delega per la modifica delle norme in materia.

8. A. Bortolotti, M. Calidoni, S. Mascheroni, I. Mattozzi, *Per l’educazione al patrimonio culturale. 22 tesi*, Milano 2008.

9. Codificata quest’ultima nella *Dichiarazione Universale sulla Diversità Culturale i diritti delle minoranze* (Parigi, 31 sess. Unesco-2 novembre 2001) tesa a raccomandare specificatamente un’«uguale accessibilità» all’arte, alla conoscenza scientifica e tecnologica, ai saperi (*ivi*, art. 6).

serie di accordi internazionali succedutisi, nei primi anni del Duemila, a testimonianza di un profondo mutamento del relativo panorama in merito<sup>10</sup> – come luogo sociale non solo e non più soprattutto fisico, luogo nel quale si intrecciano storie e relazioni e si costruiscono modelli di significato condivisi che danno origine, in particolare nella specificità dell’enunciato della Convenzione di Faro, a «comunità patrimoniali»<sup>11</sup> ovvero a «comunità di eredità», ha contribuito a produrre al suo interno una stretta connessione tra la parte tangibile – i beni culturali – e quella immateriale – radicata nelle persone e nei luoghi che ne sono espressione – stabilendo un rovesciamento di prospettiva ed un’inedita centralità assegnata al soggetto piuttosto che all’oggetto.

Tra gli aspetti innovativi del portato della Convenzione di Faro, la rilevanza assunta dall’inclusione del concetto di patrimonio in quello di «eredità comune» ne ha segnato, infatti, in maniera fondamentale, l’attuale configurazione sia come risorsa da tutelare e conservare sia, nello stesso tempo, come risorsa da considerare e gestire come struttura attiva, attraverso il diritto e le responsabilità d’uso delle comunità<sup>12</sup>.

Ciò ha condotto, per la significatività del patrimonio stesso e per la sua vitalità, a un’attribuzione di preminenza ai soggetti e ai processi, siano essi assimilabili, nell’odierno contesto della ‘società della conoscenza’, alle logiche di comportamento delle «comunità di pratica»<sup>13</sup> o siano essi attivi

10. *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Paris, 17 ottobre 2003, [http://www.unesco.it/\\_files/PATRIMONIOimmateriale/convenzionePatrImm.pdf](http://www.unesco.it/_files/PATRIMONIOimmateriale/convenzionePatrImm.pdf); *Convenzione sulla protezione e la promozione delle diversità delle espressioni culturali* (Paris, 20 ottobre 2005; [http://www.unesco.it/\\_files/DIVERSITAculturale/convenzione\\_diversita.pdf](http://www.unesco.it/_files/DIVERSITAculturale/convenzione_diversita.pdf)); *Convenzione quadro del Consiglio d’Europa sul valore dell’eredità culturale per la società* (Faro, 27 ottobre 2005; Italia, 27 febbraio 2013) <http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=199&CM=8&CL=ITA>.

11. «Una comunità patrimoniale è costituita da persone che attribuiscono valore a degli aspetti specifici del patrimonio culturale, che essi desiderano, nel quadro di un’azione pubblica, sostenere e trasmettere alle generazioni future» (*Id.*, art. 2).

12. E. Sciacchitano, *La nozione di patrimonio culturale europeo dopo Faro*, in *Cittadinanza europea e diritti culturali* (Venezia, 4 giugno 2013); <http://www.unive.it/media/allegato/CDE/Diritti%20culturali/sciacchitano.pdf>; *Id.*, *Partecipare al patrimonio culturale: la Convenzione di Faro fra policies europee e nazionali, in Il ruolo delle comunità di eredità nella partecipazione democratica alla cultura* (Venezia, 2 marzo 2013); <http://www.slideshare.net/adriano/partecipare-al-patrimonio-culturale>.

13. Cfr. E. Wenger, *Communities of practice: the social fabric of a learning organization*, London 1996; *Id.*, *Communities of practice: learning, meaning and identity*, New York 1998 (trad. it. *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*, Milano 2006).

in base a criteri specifici di adattività e connettività, propri del più recente paradigma delle *smart communities*<sup>14</sup>.

Ne è derivato un cambio di prospettiva anche in merito all'educazione al patrimonio<sup>15</sup> che ha visto la graduale affermazione, accanto alla sua più tradizionale visione sostanzialista come insieme di beni sedimentati da conservare e da trasmettere lungo una traiettoria unidirezionale, di un modo 'dialogico'<sup>16</sup> e 'processuale' di intenderne il valore – alla cui nozione ha peraltro contribuito anche il dominio dell'antropologia – come complesso di beni da «ricostruire nei significati e ricollocare in uno spazio sociale di scambio»<sup>17</sup>, come espressione della coscienza attuale che una comunità ha del suo passato e come insieme socialmente costruito da pratiche identitarie e da saperi non solo di ordine scientifico o artistico, ma anche politico ed economico.

14. Tale concetto individua come requisiti caratterizzanti, produttivi di valore e facilitati dalle tecnologie, la condivisione delle informazioni, la connessione cognitiva, la diffusione di una cultura innovativa, il capitale umano e sociale ad esse sotteso, gli aspetti coesivi che ne derivano – ricevendone contestualmente legittimazione – ed una serie di operatività finalizzate ad obiettivi di interesse comune e/o generale secondo prerogative modali specifiche afferenti a creatività, interattività e dinamicità. Cfr.: G. Paini, *Cosa sono le Smart Communities*, Milano 2012; [http://www.thinktag.it/system/files/11778/Smart\\_Communi.pdf](http://www.thinktag.it/system/files/11778/Smart_Communi.pdf).

Inscritte nella definizione di una società (M. Castells, *La nascita della società in rete*, Milano 2008) al loro interno, in base a processi in grado di modificare radicalmente le forme del potere politico e della mobilitazione sociale si collocano le nozioni di 'intelligenza collettiva' definibile come «un'intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta ad una mobilitazione effettiva delle competenze» (P. Levy, *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris 1994) e soprattutto di 'intelligenza connettiva' come sistema di connessione aperto (D. De Kerckhove, *Connected Intelligence: the arrival of the web society*, 1997).

15. L. Branchesi, *Il patrimonio culturale e la sua pedagogia per l'Europa*, Roma 2006; M. Dalai Emiliani, *Difficoltà e traguardi in un percorso*, in *Verso un sistema italiano dei servizi educativi per il museo del territorio*, Roma 1999; S. Mascheroni, *La funzione educativa del museo del patrimonio culturale: una risorsa per promuovere conoscenze abilità e comportamenti generatori di fruizione consapevole di cittadinanza attiva*, commissione Educazione e mediazione - ICOM Italia, 2009; A. Nuzzaci, *Patrimoni, territori, multiliteracies: orientamenti educativi e mediazione simbolica*, in *Patrimoni culturali, educazioni, territori. Verso un'idea di multiliteracy*, a cura di A. Nuzzaci, Lecce 2011, pp. 53-87; V. Pica, *La Mediazione del patrimonio. Apprendimento ed esperienza nei servizi educativi dei musei nazionali italiani*, Roma 2013.

16. Film di J. Habermas, *Teoria dell'agire comunicativo*, Bologna 1997; D. Coppola, *Dall'approccio comunicativo all'approccio dialogico: una nuova prospettiva per l'insegnamento/apprendimento linguistico*, in *Il mondo delle lingue nel nostro paese*, Atti del convegno, Prato, 20-22 ottobre 2008, Prato 2009, vol. 1, pp. 32-44. Fondamento di tale approccio sono la nozione di *intersoggettività* e quella di *agire comunicativo* o azione orientata alla reciproca comprensione e alla cooperazione.

17. S. Bodo, *Sviluppare "spazi terzi": una nuova sfida per reinterpretare il patrimonio in chiave interculturale*, in «Fizz. Oltre il marketing culturale», II, 2010; <http://www.fizz.it/home/articoli/2010/264-sviluppare-spazi-terzi-una-nuova-sfida-la-promozione-del-dialogo-interculturale>.

In tale contesto, se le organizzazioni culturali appaiono sempre più chiamate a rispondere in termini di sostenibilità e posizionamento sociale della loro missione istituzionale – mediante sviluppo dell’accessibilità e della mediazione dei contenuti, incremento delle opportunità implicite nell’innovazione tecnologica e nei media digitali e attenzione ai potenziali trasformativi delle azioni educative – a fare da interfaccia come destinatari, ma anche come attori e co-autori della comunicazione del patrimonio – ancora spesso rivolta solo a spettatori, visitatori, utenti – si collocano le persone, il pubblico<sup>18</sup>, i ‘pubblici’ (fig.1).

Componente significativa delle finalità di conoscenza, accesso e inclusione sociale, l’*audience development*, lo sviluppo dei pubblici e delle politiche dedicate, implica infatti – attraverso forme di coinvolgimento istituzionali plurilivello, studi di settore, condivisione di *best practices* e forme di partenariato tra *stakeholders* diversi – una continua rielaborazione del rapporto tra l’organizzazione stessa e le persone, mediante la realizzazione di contesti significativi di fruizione<sup>19</sup>, la messa a punto di strategie promozionali, la segmentazione dei formati dell’offerta culturale fino alla programmazione di approcci inclusivi e di iniziative inconsuete.

Ne fanno parte l’attivazione di opportunità reali di eliminazione degli impedimenti di tipo architettonico, economico, geografico, culturale, attitudinale e percettivo, l’incremento dei meccanismi di partecipazione<sup>20</sup>, mediante soddisfazione, coinvolgimento e autorealizzazione dei soggetti<sup>21</sup> e la garanzia della ‘rappresentazione’ di tutti i portati culturali, compresi quelli subordinati o alternativi<sup>22</sup>.

18. L. Solima, *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma 2000; *Id.*, *Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei statali* (Quaderni della valorizzazione, 1), Soveria Mannelli 2012.

19. E. Hooper Greenhill, *Studying Visitors*, in *A Companion to Museum Studies*, Oxford 2006; L. Solima, *Visitatore, cliente, utilizzatore: nuovi profili di domanda museale e nuove traiettorie di ricerca*, in *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, a cura di A. Bollo, Milano 2008, pp. 65-76; *I pubblici della cultura...cit.*

20. A. Bollo, *I musei italiani e le sfide dell’approccio partecipativo*, *Giornale delle fondazioni on-line*, 2013; E. Bonacini, *Il museo partecipativo sul web: forme di partecipazione dall’utente alla produzione culturale e alla creazione di valore culturale*, in «Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», n. 5, 2012, pp. 93-125.

21. S. Bodo, C. Da Milano, S. Mascheroni, *Periferie, cultura ed inclusione sociale* (Quaderni dell’osservatorio, 1), Milano 2009.

22. C. Da Milano, *Il ruolo delle politiche culturali nella lotta all’esclusione sociale in Europa e in Italia*, in *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione interculturale nei musei*, a cura di A.M. Pecci, Milano 2009.

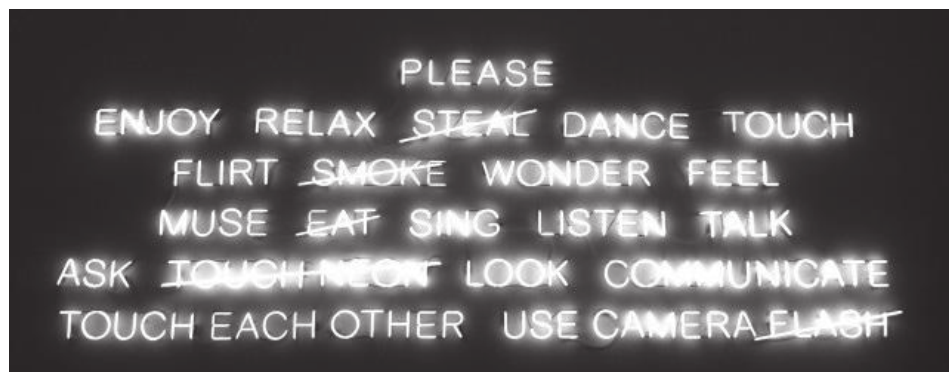


Fig. 1. Museumandco, *Pubblico e partecipazione in ambito museale. Visitatori, utenti, partecipanti*



Fig. 2. J-L. Godard, *Bande à part*, 1964, *Corsa nelle sale del Louvre*

Al centro il museo, il continuo ripensamento del suo ruolo nel sistema culturale e sociale in mutamento, le sue sfide (fig. 2).

In quanto sistema di interpretazione, deputato a produrre e trasmettere significati lungo la linea del tempo, ma anche in quanto sistema relazionale attivo nei confronti dei territori e/o delle città su cui esso insiste – mediante il coinvolgimento dei sistemi produttivi di cultura e di quelli in cui si creano le condizioni generative per la sua sussistenza (scuole, università, associazioni, etc.) – il museo si trova a concorrere oggi, in forma emergente, all'identità stessa dei luoghi – luoghi fisici, ambiti intellettuali, spazi di ricerca,

scenari formativi ovvero, ancora, reti, collaborazioni, condivisioni – alla restituzione di tale identità e alla sua ri-creazione<sup>23</sup>.

Le sfide di processo in corso, atte a candidarne il ruolo a quello di possibile interprete della complessità del contemporaneo, tendono infatti a raccogliersi, allo stato attuale, intorno a una serie specifica di istanze, relative alla sua capacità di gestire il cambiamento, fronteggiare la globalizzazione contribuendo alla creazione di nuove identità, accogliere l'innovazione e implementarne i risultati, rispondere alle prove della dematerializzazione, saper costruire nuovi rapporti con i sistemi territoriali e i loro abitanti e contribuire alla sostenibilità dei sistemi di gestione attraverso la messa in campo di pluralismi cognitivi e organizzativi e la cooperazione tra soggetti pubblici e privati<sup>24</sup>.

In questa direzione, la mobilitazione di competenze e la sfera di azioni posizionate, negli ultimi anni, più specificamente a livello didattico-educativo (fig. 3), nell'intercettare e coinvolgere le diverse fasce di destinatari, sono andate progressivamente risultando, nella riflessione scientifica, come 'spazi' applicativi fondamentali per l'attuazione di strategie di intervento volte a sostenere e ad attivare l'esperienza culturale mediante approcci mirati all'ampliamento e alla diversificazione dei pubblici (attuali/potenziali/non pubblici) nonché al miglioramento quantitativo/qualitativo della relazione, intesa come ascolto, accoglienza, insieme di servizi e modalità organizzative della fruizione – modalità tutte peraltro orientabili nel tempo, con l'individuazione di opportune metodologie, verso uno sviluppo progressivo dell'intensità (partecipazione, volontariato culturale, associazionismo, etc.)<sup>25</sup>.

Premessa fondante del potenziale educativo non formale espresso dal museo, la comunicazione, spesso allocata in senso bidirezionale interno/

23. M.V. Marini Clarelli, *Che cos'è un museo*, Roma 2005, pp. 98-122; S. Bodo, *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, Torino 2000.

24. V. Falletti, *Musei alla frontiera. Continuità, divergenza, evoluzione nei territori della cultura*, Milano 2009; *Id.*, *I musei*, Bologna 2012, pp. 183-199; A. Garlandini, *Patrimonio culturale immateriale e musei: le sfide dei processi in corso*, in *Il patrimonio culturale immateriale tra società civile, ricerca e istituzioni* (Milano, 24-25 gennaio 2013), <https://www.youtube.com/watch?v=DKtn6wkeWBg>; D. Jalla, *Il museo contemporaneo. Introduzione al nuovo sistema museale italiano*, Torino 2003.

25. A. Bollo, *Cinquanta sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development*, in *I pubblici della cultura...cit.*, pp. 163-177.



Fig. 3. Torafu Architects, *Haunted House*, Tokyo, The Museum of Contemporary Art

esterno<sup>26</sup>, veicolata attraverso le forme e gli 'stili' della mediazione del patrimonio culturale – pratica nei cui andamenti appaiono comunque, non di rado, ancora sottese implicazioni di tipo trasmissivo *top-down* – e tuttavia sempre più rispondente a circolarità, logiche *peer-to-peer* e azioni di *engagement*, costituisce inoltre, e con crescente evidenza d'impatto, fattore abilitante prioritario e prerequisito di accessibilità culturale.

Il suo sviluppo, avviato in Europa già dagli anni Cinquanta-Sessanta, teso ad assicurare condizioni di pari opportunità partecipative alla cultura sia a livello di gruppi sottorappresentati sia per quanto riguarda la rimozione di vincoli ostativi rispetto alle diverse categorie svantaggiate, è passato più di recente, nei modelli europei di *policy* culturale, a comprendere tipi di barriere più 'immateriali' riguardanti la sfera sensoriale, cognitiva, attitudinale e di alfabetizzazione tecnologica<sup>27</sup>.

L'intento di leggere in quest'ottica le possibili dimensioni dell'esperienza educativa/culturale realizzabile attraverso il percorso sperimentale *Museo Facile* posizionando, all'interno del contesto di riferimento del Museo H.C. Andersen, temi, dispositivi di veicolazione dei contenuti e scelte operative come «catena di accessibilità»<sup>28</sup> – estensione olistica e sequenziale del concetto – ha permesso di intervenire su una serie di ambiti di effettiva rilevanza sociale – analfabetismo funzionale e fragilità socio-economica, disabilità, immigrazione, terza età – orientando il *design* delle proposte al coinvolgimento dei pubblici potenziali e alla loro diversificazione nonché articolando i suoi formati in funzione della sostenibilità dell'esperienza fruitiva.

Un'esperienza dotata, in altri termini, di caratteristiche che vanno rimodulando le stesse pratiche didattiche attive negli ultimi anni – siano esse di visita, di laboratorio, di percorso progettuale scolastico, di contaminazione fra gli ambiti e/o gli approcci culturali – indirizzandole, in linea con aspetti già teorizzati, nel dominio per esempio delle scienze turistiche, ai risultati della più recente letteratura relativa ai «cicli esperienziali» del

26. F. Antinucci, *La comunicazione nel museo*, Roma-Bari 2005.

27. C. Da Milano, *L'accesso alla cultura in una prospettiva europea, in I pubblici della cultura...* cit., pp. 151-162.

28. Consulta per le Persone in Difficoltà di Torino e Dipartimento Educazione del Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea, *Per un manifesto della cultura accessibile a tutti*, Torino 2010; [http://www.comune.torino.it/pass/artecultura/files/MANIFESTO\\_cultura-access\\_apr-2012-DEF.pdf](http://www.comune.torino.it/pass/artecultura/files/MANIFESTO_cultura-access_apr-2012-DEF.pdf).



viaggio e della scoperta geografica o culturale, e alla loro configurazione come «esperienza estesa»<sup>29</sup>.

La scelta di operare sull'aspetto pluridimensionale delle difficoltà di accesso culturale ha favorito, in fase di ricerca, insieme alla profilazione di parametri quantitativi e alla segmentazione dei contesti di riferimento, l'analisi dei comportamenti e delle aspettative di fruizione dei diversi tipi di pubblico, restituendo trasversalmente, a tutti i settori e alle relative aree di intervento del progetto, i campi sociali da considerare nel confronto.

Oggetto da anni di studi in ambito socio-economico e psicopedagogico, la rete delle cause sottese all'uso della lingua in termini di difficoltà e/o analfabetismo funzionale – fattori dovuti perlopiù a insuccesso scolastico e fragilità culturale dell'ambiente di provenienza, ovvero all'uso dell'italiano come Lingua 2<sup>30</sup> in seguito ad appartenenza etnica, esperienza migratoria e/o disabilità – ha permesso di qualificare la deprivazione linguistico-cognitiva e la scarsità delle competenze necessarie ad affrontare i compiti comunicativi del contesto quotidiano, come fattore primario di esclusione.

Di qui l'idea di operare all'interno del museo – in analogia con le istanze di attivazione dei processi di cittadinanza emerse, negli ultimi anni, nei contesti di apprendimento ufficiali – attraverso una coerente serie di interventi di semplificazione linguistica e il posizionamento teorico di uno *scaffolding* relazionale in grado di chiamare in causa, all'interno degli spazi sociali deputati, spesso poco decifrabili in termini culturali<sup>31</sup>, la capacità di 'resilienza' di simili pubblici, trasformando, nel caso specifico di quelli migranti, la dislocazione identitaria in una risorsa per gestire le sollecitazioni provenienti da più codici culturali.

Si è data quindi voce alle esigenze dei pubblici con disabilità visiva e uditiva, nei confronti dei quali le attività di mediazione e di costruzione dei rapporti istituzionali, di quelli attivati all'interno dei gruppi di lavoro e di quelli interpersonali, hanno usufruito della progettazione di mediatori esperti nel sostenere l'analisi interpretativa degli ambiti di riferimento, l'ascolto e la flessibilità contestuali.

29. A. Rossi, M. Goetz, *Tourist Experience Design*, Milano 2011, pp. 63-75.

30. F. Batini, *Insegnare per competenze*, Torino 2013; G. Pieraccioni, *Dare a ognuno una seconda possibilità*, in «La ricerca», II, 3, 2013, pp. 23-28.

31. F. Batini, *Drop-out: storia di un rovesciamento*, in «La ricerca», II, 3 n.s., 2013, pp.19-22; *Id.*, *Storie, futuro e controllo*, Napoli 2011.

Presidio peculiare e nozione stessa di ‘meta-dato’ in rapporto alle logiche di sviluppo dell’intera esperienza educativa – con particolare riferimento alle analisi condotte, lungo il percorso progettuale, sulle comunità di non residenti individuate come potenziali interlocutori – la dimensione legata all’interculturale, in quanto spazio di interazione dinamica e di reciprocità tra i sistemi sociali, attraversato ancora da pratiche diffuse di compensazione degli svantaggi dovuti alla scarsa conoscenza di lingua, norme giuridiche, usi e costumi e tuttavia consapevole del paradigma identitario implicito nella diversità, ha agito di fatto, negli anni, quale fattore catalizzante di trasformazione delle pratiche di didattica museale.

Il superamento del multiculturalismo come preclusivo per la piena partecipazione delle minoranze alla società e l’apertura alle differenze dei sistemi formativi implica cionondimeno la necessità di porre in campo competenze elevate, rivolte alla conoscenza dei diversi contesti culturali al fine di apprezzarne i punti di convergenza, promuovere il rispetto delle pluralità e mirare ad obiettivi di normalizzazione delle differenze (cd. ‘interculturale profonda’)<sup>32</sup>.

Come categoria chiave del presente, l’approccio interculturale, nello stimolare l’affermarsi di categorie di pensiero sistemiche e riaggreganti ha determinato dunque una rinnovata attenzione all’accesso e alla trasversalità dei saperi e alle forme di produzione creativa.

Ulteriore attenzione è stata quindi riservata alla progettazione di strategie inclusive per gli adulti, interessati da percentuali di visita modeste e spesso da disagio di tipo culturale nei confronti dell’istituzione/organizzazione.

L’attivazione ricorrente, ancora all’inizio degli anni Settanta, dei processi di apprendimento in età adulta<sup>33</sup> – in fase iniziale poco più che semplici aggiornamenti non di rado funzionali a correlare forme elementari d’i-

32. P. Donati, *Oltre il muro del multiculturalismo. La ragione relazionale per un mondo comune*, Roma-Bari 2008; F. Nicola, *Multiculturalismo e intercultura*, in «La ricerca», I, 0, 2012, pp. 59-62; M. Nussbaum, *Coltivare l’umanità. I classici, il multiculturalismo, l’educazione contemporanea*, Roma 2006.

33. *Competenze ed educazione degli Adulti*, in «Focus on Lifelong, Lifewide Learning», X, 2008; Z. Bauman, *Liquid modernity*, Cambridge 2000; *Musei e apprendimento lungo tutto l’arco della vita. Un manuale europeo*, a cura di K. Gibbs, M. Sani, J. Thompson, Ferrara 2007; A. Giddens, *Modernity and Self-Identity*, Cambridge 2004; K. Illeris, *Adult Education and Adult Learning*, Malabar (Florida) 2004; *Id.*, *L’apprendimento degli adulti*, in «La ricerca», II, 3 n.s., 2013, pp. 11-18.

struzione e finalità politiche – ne ha tuttavia, con il tempo, avviato l’analisi delle caratteristiche, legate al pensiero dialettico, alla logica pratica, alla meta-cognizione e all’esercizio della riflessione critica<sup>34</sup>.

La considerazione di tali fattori – che necessariamente differenziano le forme del *Lifelong Learning*<sup>35</sup> dai modi di acquisizione delle altre fasce di età<sup>36</sup> – consente infatti di intervenire in modo da candidare il museo a luogo nel quale ricorrono forme significanti di adesione partecipativa alla proposta culturale, riconducibili alla messa in campo di logiche di ‘apprendimento trasformativo’<sup>37</sup> direttamente connesse, all’inizio o lungo il percorso, al mutamento identitario e alla risposta a una sfida di crescita personale.

Se dunque l’obiettivo è quello di veder crescere la diversità culturale e non solo difendere quella creatasi in passato, occorrono strategie alternative.

Il paradigma si è andato lentamente – e poi all’improvviso – modificando.

Non serve più investire prioritariamente sulle cose. Occorre invece puntare sulle persone: con sistemi di formazione democratici, con modalità di approccio e di recupero del patrimonio culturale provenienti dal basso, con un nuovo patto tra musei e comunità locali, con la partecipazione civile alla ‘comunità’ dei beni.

Occorre cioè attivare capacità adattive, inclusive e connettive che siano funzionali alla ‘complessità’ in termini di rovesciamento dei modelli dominanti, non ultimo di quello – erogativo – della didattica museale tradizionale.

34. S. Brookfield, *Adult cognition as a dimension of Lifelong Learning*, in J. Field, M. Leicester, *Lifelong Learning- Education Across the Lifespan*, London 2000.

35. E. Faure, *Learning to Be*, Paris 1972.

36. M. Knowles, *The modern Practice of Adult Education - Andragogy versus Pedagogy*, New York 1970.

37. J. Mezirow, *Transformative Dimensions of Adult Learning*, San Francisco 1991; *Id.*, *An overview on Transformative Learning*, in P. Sutherland, J. Crowther, *Lifelong Learning - Concepts and Contexts*, London 2006; K. Illeris, *Transformative Learning and Identity*, London 2013.

MATILDE AMATURO\*

## Il Museo H.C. Andersen un museo 'facile'? Strategie di comunicazione per una casa-museo

Secondo quanto enunciato nella definizione ICOM «il museo è una istituzione permanente senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo, aperta al pubblico, che acquisisce, ricerca, comunica ed espone il patrimonio materiale e immateriale dell'umanità e del suo ambiente per fini di educazione, di studio e di diletto»<sup>1</sup>.

Il ruolo sociale del museo, luogo universalmente aperto a tutti per offrire un'esperienza che il pubblico effettua in un approccio diretto con l'opera senza barriere linguistiche, pone scelte espositive importanti affinché la comprensione sia la più ampia possibile. A questo specifico scopo la comunicazione museale può applicare differenti modelli, che includono aspetti educativi, didattici e pedagogici, ma il fine ultimo rimane essere al servizio della società.

Da un punto di vista pratico l'esposizione si articola in quattro momenti: l'ordinamento, l'allestimento, i percorsi di visita e la comunicazione, quest'ultimo ambito comprende l'apparato esplicativo e la segnaletica, argomento peculiare del progetto *Museo Facile*<sup>2</sup>.

In generale la concezione espositiva cerca quindi di conciliare la struttura narrativa del museo con le aspettative e le esigenze del pubblico, tentando di condurlo in un viaggio attraverso le molteplicità delle emozioni, oltre la linea sottile della storia narrata attraverso le immagini, in un *continuum* vitale inteso come scambio di informazioni ed emozioni differenti con chiunque voglia interagire.

\* Museo Hendrik Christian Andersen, Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea.

Questo contributo riprende la relazione tenuta nella I giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, svolta all'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 17 aprile 2012.

1. Cfr. M.V. Marini Clarelli, *Il Museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*, Roma 2011, pp. 47-67.

2. *Ead.*, pp. 127-134.

Questo interesse verso la funzione sociale ed educativa dell'arte (dibattito aperto tra musei esteri e quelli italiani molto più impegnati nel campo della conservazione) fa parte di una corretta operazione di diffusione della cultura artistica, affinché si crei un'intesa profonda fra il museo e i suoi fruitori<sup>3</sup>.

La percezione e l'interpretazione degli oggetti dipendono: dal contesto culturale nel quale sono collocati e dai processi di elaborazione, comunicazione e apprendimento delle conoscenze anche in relazione all'uso delle nuove tecnologie interattive.

Per raggiungere questi risultati sono necessarie competenze provenienti da più ambiti che collaborino verso una strategia della comunicazione e in tale ottica il progetto *Museo Facile* ha messo in campo una sinergia istituzionale volta a compendiare ricerca e prassi, educazione, formazione e divulgazione.

I tre elementi di comunicazione, studio e diletto della visita al museo costituiscono il perno delle modalità di fruizione anche del Museo Andersen, una casa-museo di intenso impatto emotivo al primo contatto del visitatore, dovuto alle dimensioni monumentali dei gruppi scultorei in gesso e in bronzo esposti al piano terra (gran parte delle opere superano i due metri di altezza).

La casa-museo di H.C. Andersen possiede una forte caratterizzazione espositiva in considerazione delle collezioni permanenti e del tessuto decorativo dell'edificio di gusto neorinascimentale<sup>4</sup>, e una vocazione espressa nella sua *mission* in relazione alla natura esterofila dell'artista norvegese-americano che ha lasciato il villino (edificato tra il 1922 e il 1924) con il suo studio annesso allo stato italiano nel 1940<sup>5</sup>.

Tutto ciò determina un'articolata complessità di lettura soprattutto del clima emozionale che coinvolge la visita al Museo nonché dal costante riferimento alla contemporaneità dell'arte, esplicitata da artisti prevalentemente stranieri, che molto spesso, durante le mostre temporanee, inframezzano con le loro installazioni anche l'allestimento permanente delle collezioni (figg. 1-2).

3. M.V. Marini Clarelli, *Il Museo nel mondo contemporaneo...* cit., pp. 45-146.

4. Cfr. M.S. Cardulli, *La villa Helene di Hendrik Christian Andersen: aspetti urbanistici e architettonici*, in «Allestimenti e Ricerche», I, 2013, rivista on line [www.museoandersen.beniculturali.it](http://www.museoandersen.beniculturali.it), pp. 40-47.

5. E. di Majo, *Il Museo H.C. Andersen*, Verona 2008, pp. 44-58.



Fig. 1. *Mostra Liu Bolin A secret tour*, 2012, Roma, Museo H.C. Andersen, Studio



Fig. 2. *Mostra Luigi Ontani AnderSennoSogno*, 2012-2013, Roma, Museo H.C. Andersen, Galleria

L'obiettivo della direzione museale di questi ultimi anni è stato di far emergere il senso e il significato complessivo del luogo, nel tentativo di ricondurre a una corretta immersione percettiva le opere solitamente visibili al pubblico, anche quelle conservate nei depositi. L'edificio è prima di tutto l'immagine tridimensionale del vissuto della famiglia Andersen (fino al 1978), permeato dallo spirito di uno scultore che, fin dai suoi primi anni di soggiorno romano (1896-1902), si era dedicato al progetto utopico *Creation of the World Centre of Communication* insieme alla cognata Olivia Cushing, mecenate di tutto il programma, morta nel 1917.

Con questo intento nel 2011 vede la luce nel Museo un progetto di comunicazione multimediale *Hendrik ed Olivia. Due vite una passione*, che utilizza strumenti a larga accessibilità (per non vedenti e non udenti) e che consiste in una postazione multimediale *touch-screen* con la quale si narra la storia della famiglia Andersen, attraverso la voce recitante di Olivia con il suo *Diario*, e attraverso numerose immagini che riproducono il materiale conservato nel museo.

Il progetto *Museo Facile*, seguendo criteri comunicativi già avviati precedentemente, adotta in modo sistematico e sperimentale tutti gli strumenti idonei (didascalie tradizionali, didascalie con QR Code, ricostruzione in 3D su plastico e in virtuale, sezione dedicata del sito web, traduzione in lingua LIS per non udenti e tavole termoformate in Braille per non vedenti) per una esposizione chiara del significato museografico<sup>6</sup>.

*Museo Facile* pensa quindi anche a una comunicazione 'dilettevole' per una collezione stupefacente, ma difficile da comprendere nella sua globalità di città del futuro, complessa nei legami fra opere realizzate e opere solo pensate, fra opere esposte e opere 'invisibili', fra idea e realtà, fra piccole dimensioni (i numerosi busti ritratto di parenti e amici) e le gigantesche figure della *Fontana della Vita*, gruppo scultoreo fulcro del *World Centre*.

L'intricata struttura attraverso la quale il pubblico si insinua quotidianamente tra gambe e braccia sospese sembra, con questo progetto, mettere in campo una mano tesa alla comprensione.

6. Si veda per ulteriori approfondimenti: I. Bruno, *Museo Facile. Nuovi strumenti comunicativi e nuovi percorsi per pubblici diversi, infra*.

FABIANA VEROLINI\*

## Diversi media diversa comunicazione: il sito web istituzionale e i social network

La sfida di portare i musei italiani sul web e a portata di un pubblico più ampio possibile è tutt'altro che conclusa, e forse non si concluderà mai. Ho cominciato a collaborare con il progetto *Museo Facile* anche perché l'idea che si possa/debba rendere il patrimonio culturale disponibile veramente a tutti è uno dei principi che guida chi si occupa di web per il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

Percepita all'inizio unicamente come forma di promozione, in un secondo tempo è stato chiaro come la Rete rappresentasse anche un genere di valorizzazione assolutamente inedito. I famigerati e, ingiustamente, vituperati siti vetrina degli ultimi anni Novanta erano una trasposizione delle brochure e guide cartacee, ma costituivano un primo tentativo di comunicare in maniera diversa la realtà museale.

Il primo sito della Soprintendenza, seppure elegante e davvero molto accurato, avrebbe potuto essere stampato e rilegato. Del resto stiamo davvero parlando di archeologia del web!

Teneva conto del sistema museale che la Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea di fatto è; al suo interno era possibile trovare anche una pagina per ciascuno dei musei dipendenti, ma le restanti erano dedicate alle attività e agli allestimenti. Era realizzato interamente in codice html, il che presupponeva anche la necessità di risorse umane adeguate alla gestione e al mantenimento.

\* Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea.

Questo contributo riprende la relazione tenuta da chi scrive nella I giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, svolta presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 17 aprile 2012.



Nel 2006 l'Osservatorio Tecnologico per i Beni e le Attività Culturali (OTEBAC)<sup>1</sup> ha proposto alla Soprintendenza di mettere alla prova il kit di progettazione Museo&Web<sup>2</sup>.

Inizialmente il kit era destinato ai musei medio-piccoli, basandosi sulla constatazione che in Italia, e in genere in Europa, i musei locali e territoriali, molto diffusi ma spesso privi di siti web propri, erano carenti di risorse economiche e umane. Voleva offrire uno strumento che potesse essere utilizzato sia come guida nella progettazione dell'architettura del sito web, sia nella realizzazione pratica.

Il modello Museo&Web è un sistema integrato di *content management* (CMS)<sup>3</sup> per la gestione e il controllo di documentazione informativa multi-formato ed eterogenea, da pubblicare in rete. Il sistema consente, anche a personale non esperto, di partecipare attivamente al processo di creazione e pubblicazione dei contenuti, apportando in tempo reale il proprio contributo. Il CMS nasce per i musei, ma trova applicazione anche per altre realtà culturali, adattandosi a specifiche esigenze<sup>4</sup>.

La sfida era applicare questo prodotto a una realtà quale la Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea, che piccola di certo non è, fornendo un'adeguata finestra sul web non solo alla Galleria ma anche agli altri quattro musei dipendenti.

Nel maggio del 2007 i nuovi siti sono stati pubblicati: la Galleria aveva a disposizione uno strumento molto più agile e gestibile, ma nello stesso modo anche i musei collegati potevano contare su un mezzo autonomo di visibilità, mantenendo il legame con la Soprintendenza attraverso un'immagine coordinata.

Il CMS Museo&Web risponde tra l'altro alle linee guida elaborate nell'ambito del progetto MINERVA (Ministerial Network for Valorising Activities in digitisation)<sup>5</sup> pubblicate nel *Manuale per la qualità dei siti web pubblici culturali*<sup>6</sup>.

1. <http://www.otebac.it>.

2. Codice reperibile scrivendo a [minerva1@beniculturali.it](mailto:minerva1@beniculturali.it).

3. <http://www.minervaeurope.org/structure/workinggroups/userneeds/prototipo/museoweb.html>.

4. [http://soi.cnr.it/archcalc/indice/PDF21/02\\_Natale\\_Saccoccio.pdf](http://soi.cnr.it/archcalc/indice/PDF21/02_Natale_Saccoccio.pdf).

5. Rete di ministeri degli Stati europei creata per discutere, correlare e armonizzare le attività svolte nel campo della digitalizzazione di contenuti culturali e scientifici per la creazione di una piattaforma europea comune, con raccomandazioni e linee guida sulle attività di digitalizzazione, sui metadati, sull'accessibilità a lungo termine e la conservazione <http://www.minervaeurope.org>.

6. <http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria-i.htm>.

È evidente che la pubblicazione dei siti con il nuovo format ha dato grande vigore alla pubblicazione sul web delle attività dei musei della Soprintendenza, contribuendo a una visibilità capillare.

Da diverso tempo però, tralasciando i pilastri sui quali si fondano i principi dell'ICOM, è ormai impossibile non accorgersi di quanto la percezione del museo sia molto lontana da quella di 15 anni fa: se allora si guardava alla Galleria come un'entità quasi astratta, stoica presenza con cui interagire nella maniera più 'educata' possibile, oggi tale veste stona agli occhi di un pubblico abituato a forme interlocutorie più familiari, vicine al suo modo di percepire e colloquiare. La comunicazione sul web per i musei non può più concludersi con il sito istituzionale, che deve oggi collegarsi ai social e ad altre piattaforme in rete per raggiungere i target di pubblico più variegati. Se gli anni Novanta avevano portato in auge concetti della sociologia quali status symbol, fedeltà al marchio e possesso dell'oggetto come rappresentazione del proprio valore, oggi, e proprio per la diffusione di una tecnologia sempre più social, emergono nuove priorità: allo *status* si è sostituito lo *style*, che in maniera più puntuale è in grado di esprimere chi siamo; al *brand* si crede sempre meno, in favore dell'esperienza diretta del *consumer*, più affidabile e sincero<sup>7</sup>. Di fronte a tali fondamentali cambiamenti, anche la realtà museale ha il dovere di adeguarsi, offrendo ai propri visitatori una nuova tipologia di valori, che possa incidere positivamente sullo spettatore, molto più attento non solo all'offerta istituzionale, ma anche più propenso a 'dire la propria', attraverso tutti i canali messi a disposizione dalle tecnologie e dalle nuove forme di comunicazione, ben rappresentate dai cosiddetti social network<sup>8</sup>.

Partecipare attivamente alla vita dei social (Facebook e Twitter sono due esempi emblematici) si traduce nella possibilità di confrontarsi con un pubblico estremamente ampio, «del proprio tempo» per mentalità e valori. È fondamentale sottolineare l'aspetto sociologico di queste piattaforme: l'utente non è più semplice destinatario, ma è messo in condizione di comunicare direttamente col museo e riconoscersi parte di un gruppo sociale di cui condivide gli interessi.

7. M. Guglielminetti, *CULTRACK book*, s.l. 2011, p. 2.

8. Attualmente la Soprintendenza è presente su Facebook, Twitter e Youtube.

L'apertura di account sulle piattaforme social consente, tra l'altro, di raggiungere un target molto più giovane<sup>9</sup>, un'opportunità questa per allargare il proprio pubblico e assolvere, almeno virtualmente, alla funzione didattica dell'istituzione.

Cercare di incuriosire un potenziale bacino di utenti allo scopo di far apprezzare il loro patrimonio culturale e, si spera, di portarli fisicamente nel museo o quanto meno indirizzarli al sito web istituzionale, dove approfondire i contenuti, diventano le naturali conseguenze di un lavoro professionale.

In realtà «la piazza virtuale» rappresentata da Facebook e dagli altri social networks è la versione post-moderna del passaparola e, anche per questo, comporta una grande responsabilità per chi quei profili dovrà gestirli, ovvero il *social media manager*<sup>10</sup>.

Se sul sito istituzionale è obbligatorio rispettare le indicazioni del d.lgs. 42/2004 e s.m.i<sup>11</sup>, adattando anche linguaggio e contenuti, per quanto fruibili, al rispetto di una certa formalità stilistica, sui social il museo può permettersi un linguaggio più colloquiale: perdere di vista i commenti, messaggi, richieste del pubblico non è possibile, con la conseguente necessità di monitorare l'account<sup>12</sup> ogni giorno, più volte al giorno, perché come sul sito una pagina poco aggiornata è indice di scarsa affidabilità del veicolo, così le piattaforme social risentono in maniera esponenziale dell'assenza di attenzione, dando al proprio pubblico la percezione di essere ignorato, con un'inevitabile ricaduta negativa sull'immagine del museo<sup>13</sup>.

Altro aspetto, non meno importante, è la capacità del *social media manager* di parlare a nome dell'Istituzione: la linea di comunicazione deve essere condivisa dalla Direzione e di certo una risorsa interna riesce a cogliere meglio il *mood* dell'ambiente di lavoro e gestire informazioni sensibili<sup>14</sup>; al momento questa figura professionale è sempre più importante,

9. Si stima che il profilo sui social network viene attivato per il 28% dei ragazzi all'età di 9-10 anni. Balza al 57% nella fascia 11-12 e raggiunge il 93% dei 15-16enni. In Italia il 64% degli adolescenti ha almeno un profilo, mentre in Danimarca e Romania la percentuale tocca l'80%; [http://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2014-02-13/nativi-digitali-l-approdo-facebook-172947\\_PRN.shtml](http://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2014-02-13/nativi-digitali-l-approdo-facebook-172947_PRN.shtml).

10. Cfr. Anna Masera, <http://www.lastampa.it/2013/09/17/blogs/web-notes/decalogo-per-lu-so-dei-social-media-J1x7VsnkIH0ePULwZaGxBJ/pagina.html>.

11. D.Lgs. 42/2004 <http://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/04042dl.htm>.

12. Cfr. Barbara Sgarzi, <http://socialmedia.vanityfair.it/feed/>.

13. Cfr. Anna Masera, <http://www.lastampa.it/2013/09/17/blogs/web-notes/decalogo-per-lu-so-dei-social-media-J1x7VsnkIH0ePULwZaGxBJ/pagina.html>.

14. Daniele Chieffi, <http://www.olmr.it>.

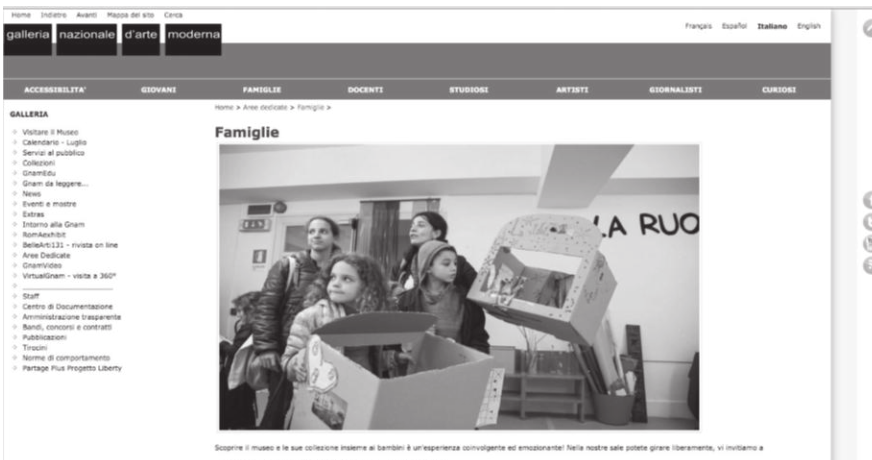
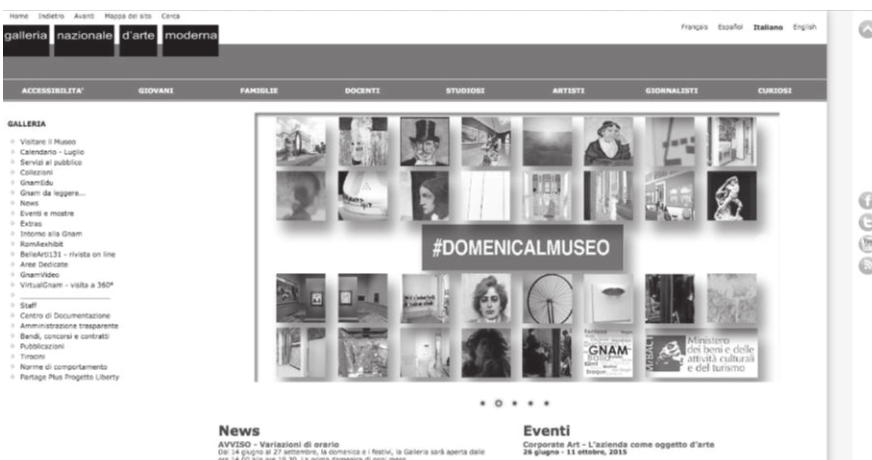
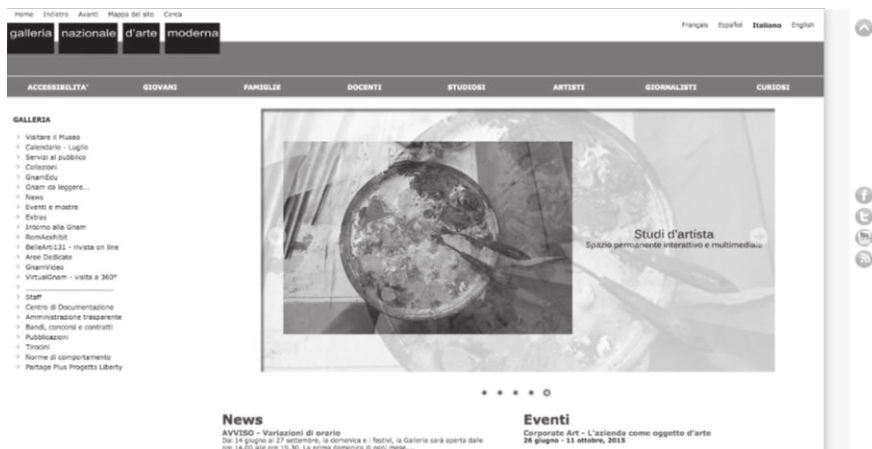


Fig. 1-3. Screenshot del sito web della Galleria nazionale d'arte moderna di Roma

ma poco diffusa: richiede capacità di essere al passo con il proprio tempo, competenze di comunicazione sul web, conoscenza di programmi di grafica, doti di scrittura creativa.

Proprio in tal senso, nel marzo del 2014, il layout grafico dei siti web è stato completamente rivisto in un'ottica non solo di rinnovamento, che la rete richiede con una certa regolarità, ma anche di connessione con le pagine dei social network<sup>15</sup>.

15. [www.gnam.beniculturali.ti](http://www.gnam.beniculturali.ti).

VALENTINA FILAMINGO\*

## Il *trait d'union* tra il museo e il pubblico

Il contributo nel presente volume rappresenta il tentativo di dare voce al pubblico del Museo Hendrik Christian Andersen per comprendere perché il museo non sia sempre 'facile' e immediatamente 'accessibile' non solo a chi ha esigenze speciali, ai nuovi arrivati in Italia, agli immigrati o a chi parla l'italiano L2, ma al pubblico più vasto.

Il Museo non si interfaccia con un pubblico silenzioso, ma con un pubblico che esprime le proprie impressioni su di esso in differenti modalità, a seconda che si tratti di pubblico reale o virtuale. Il visitatore reale – colui che varca la soglia del Museo – può lasciare delle annotazioni sul registro dei visitatori messo a disposizione all'ingresso di Villa Helene<sup>1</sup> per affermare il proprio 'essere lì' in quel determinato momento, il visitatore virtuale – intercettato on line attraverso la pagina facebook ufficiale del Museo Andersen o il profilo twitter – fa sentire la propria voce attraverso i 'mi piace', i commenti e i 'retweet' delle piattaforme social. In base poi al gradimento/non gradimento del Museo, il visitatore virtuale potrà decidere se rimanere tale o fare un'esperienza di visita dal vivo. A propria volta il visitatore reale, dopo aver visitato il Museo, potrà continuare a seguirlo come 'follower virtuale' attraverso la mediazione del web 2.0 e rimanere aggiornato su di esso.

Grazie al prezioso aiuto del personale di assistenza alla fruizione, accoglienza e vigilanza del Museo Andersen è stato possibile monitorare i

\* Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea.

Questo scritto riprende, ampliandolo e aggiornandolo, l'intervento svolto in occasione della II giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen*, tenutasi all'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 30 maggio 2013.

1. Villa Helene è l'altro nome con cui è conosciuto il Museo Hendrik Christian Andersen. Nel 1927 il critico Antonio Nezi sulle pagine della rivista «Emporium» così scrisse: «Sulla facciata della villa dalle chiare linee della rinascenza, due coppie di puttini dall'alto delle lesene lanciano baci all'ospite, e un nome carissimo all'artista – Hélène – vi saluta. (...)». Cfr. F. Fabiani, *Hendrik Christian Andersen: la vita, l'arte, il sogno. La vicenda di un artista singolare*, Roma 2003, p. 128.

commenti dei visitatori per meglio comprendere l'effetto di Villa Helene sul pubblico. I commenti analizzati, e qui in parte riportati, sono collocati temporalmente durante l'iter del progetto *Museo Facile. Progetto sperimentale di comunicazione e accessibilità culturale*, dal momento in cui si è avviato, nell'aprile 2012, con la I giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo Hendrik Christian Andersen* presso il Dipartimento di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, al momento in cui, nel luglio 2014, sono stati illustrati i risultati finali con la presentazione *Museo Facile. Progetto Sperimentale di Comunicazione e Accessibilità Culturale* presso il Museo Andersen.

Si percepisce al primo impatto una difficoltà comunicativa del Museo, generata dal ricorrente *misunderstanding* tanto del nome (sia lo scultore norvegese Hendrik Christian Andersen che il favolista danese Hans Christian Andersen hanno le stesse iniziali H. C. A.):

Ho molto apprezzato il museo anche se pensavo fosse dello scrittore di favole Andersen. È stata una bella sorpresa<sup>2</sup>

quanto della localizzazione geografica (il pubblico associa frequentemente Mancini a piazza Antonio Mancini anziché a via Pasquale Stanislao Mancini, entrambe nel quartiere Flaminio a Roma, ma l'una crocevia, l'altra strada di minore passaggio):

Museo poco conosciuto ... una 'sorpresa' nel cuore di Roma. Un po' fuori dal solito giro turistico<sup>3</sup>.  
È stato difficile trovarvi. Ma alla fine ci siamo riuscite. Ne è valsa la pena<sup>4</sup>.

Il Museo risulta di conseguenza 'sconosciuto' alla maggior parte del pubblico:

Un gioiellino ingiustamente misconosciuto<sup>5</sup>  
Roma nasconde/esibisce molte sorprese. Questo museo è un'oasi nel caos del centro<sup>6</sup>.

2. *Registro dei visitatori*, commento del 7 dicembre 2012.

3. *Registro dei visitatori*, commento del 6 maggio 2012.

4. *Registro dei visitatori*, commento del 7 marzo 2014.

5. *Registro dei visitatori*, commento del 6 maggio 2012.

6. *Registro dei visitatori*, commento del 18 settembre 2012.

La difficoltà a raggiungere il Museo o la pura casualità con cui viene visitato sono però compensati dai commenti sulla piacevolezza dell'esperienza di visita. Questi i termini in cui se ne parla: «museo che lascia senza fiato», «museo non usuale», «tesoro», «perla», «delizia per gli occhi», «bamboniera», «luogo dove il tempo fa una pausa» fino a espressioni più enfatiche come «bosco nordico nel cuore di Roma<sup>7</sup>».

Accanto al pubblico 'ignaro' si possono segnalare altre tipologie di visitatori:

i 'fidelizzati', affezionati e costanti, ovvero coloro che visitano il Museo in occasione di ogni nuova iniziativa (esposizione, evento, presentazione):

Grazie ... ci regalate sempre qualcosa di magico<sup>8</sup>!

gli 'informati', ovvero coloro che si sono documentati sul Museo prima di visitarlo. Si tratta soprattutto di turisti stranieri (francesi, scandinavi e in parte americani) che hanno saputo dell'esistenza di Villa Helene attraverso alcune guide turistiche specializzate nella segnalazione dei posti insoliti di Roma<sup>9</sup> o turisti italiani che hanno navigato tra i portali di cultura o applicazioni per smartphone<sup>10</sup>;

i 'curiosi', che non hanno letto nulla su H.C. Andersen ma si sono imbattuti nella tomba monumentale dello scultore durante la visita al cimitero acattolico della Piramide Cestia a Roma o ancora sono incappati in uno degli scatti di Mario Testino, dove la gipsoteca di Andersen è il set fotografico per un servizio di alta moda<sup>11</sup>.

Sia che si tratti di 'casuali', 'fidelizzati', 'informati' o 'curiosi', i visitatori di Villa Helene ricevono nel complesso una grande soddisfazione dal tempo speso per la visita. Ciò è riconducibile ad alcuni fattori:

7. Tutti i termini tra virgolette fanno parte dei commenti di alcuni visitatori nel biennio 2012-14.

8. *Registro dei visitatori*, commento del 30 ottobre 2012.

9. Cfr. G. Lovatelli, A. Morabito, *Roma insolita e segreta*, Tours (FR) 2010, pp. 38-39; G. Masson, *The companion guide to Rome*, Woodbridge (UK) 2009, p. 269.

10. *10 cose gratuite da fare a Roma*, articolo nella sezione *Arte e Design* del portale Rai Cultura: <http://www.arte.rai.it/gallery-refresh/10-cose-gratuite-da-fare-a-roma/591/3/default.aspx#header>.

Si segnala anche l'applicazione per smartphone *APPasseggio*, iniziativa promossa dall'Associazione culturale GoTellGo.

11. La foto in cui è immortalata l'attrice americana Sienna Miller per *Vogue America* è stata l'immagine promozionale della mostra *Todo o Nada* di Mario Testino tenutasi nel 2011 a Roma, presso la Fondazione Memmo: [http://www.fondazionememmo.it/fondazione\\_memmo/Mario\\_Testino.html](http://www.fondazionememmo.it/fondazione_memmo/Mario_Testino.html).



## la gratuità

Complimenti per tutto, ma fate pagare l'ingresso, almeno simbolicamente<sup>12</sup>!

## la disponibilità del personale museale

An absolutely great museum, with great people working there! I enjoyed it absolutely! Thank you so much<sup>13</sup>!

Una scoperta per tutti noi ed una storia raccontata con passione dalla guida-custode. Grazie infinite<sup>14</sup>.

È stato un piacere tutto l'insieme: quello artistico e quello umano<sup>15</sup>;

## la ricchezza della collezione

Che sorpresa, le *Wunderkammer* plastiche<sup>16</sup>!

Il Museo Andersen è molto caratterizzato, tanto nell'architettura quanto nei contenuti; richiede cioè la volontà del visitatore di scoprire, comprendere e approfondire la vicenda umano-artistica dello scultore norvegese e il grande progetto utopico del *World Centre of Communication*<sup>17</sup>, una via alla cooperazione mondiale e all'amicizia tra i popoli, piccoli o grandi, una città di incalcolabile beneficio nel promuovere uno spirito di amicizia e apprezzamento reciproco tra le diverse razze della terra<sup>18</sup>. La Comunicazione stessa assume un valore etico perché permette al pubblico di interrogarsi su una visione del futuro piena di promesse e speranze:

Ho visto le opere di questo grande scultore, esco arricchito<sup>19</sup>!

12. *Registro dei visitatori*, commento del 7 novembre 2013.

13. *Registro dei visitatori*, commento del 21 settembre 2012.

14. *Registro dei visitatori*, commento del 28 dicembre 2013.

15. *Registro dei visitatori*, commento del 11 aprile 2014.

16. *Registro dei visitatori*, commento del 31 marzo 2014.

17. Cfr. *Museo Hendrik Christian Andersen*, a cura di E. Di Majo, Milano 2008, pp.14-17. Il presente volume edito da Electa rappresenta la guida ufficiale del Museo Andersen.

18. Cfr. V. Filamingo, *Il Centro Mondiale di Comunicazione nel contesto della modernità*, in «Museo H.C. Andersen: allestimenti e ricerche», a cura di M. Amato, n.1, 2013, p. 54 e sgg.

<http://www.museoandersen.beniculturali.it/index.php?it/171/museo-h-c-andersen-allestimenti-e-ricerche-quaderno>.

19. *Registro dei visitatori*, commento del 5 aprile 2013.

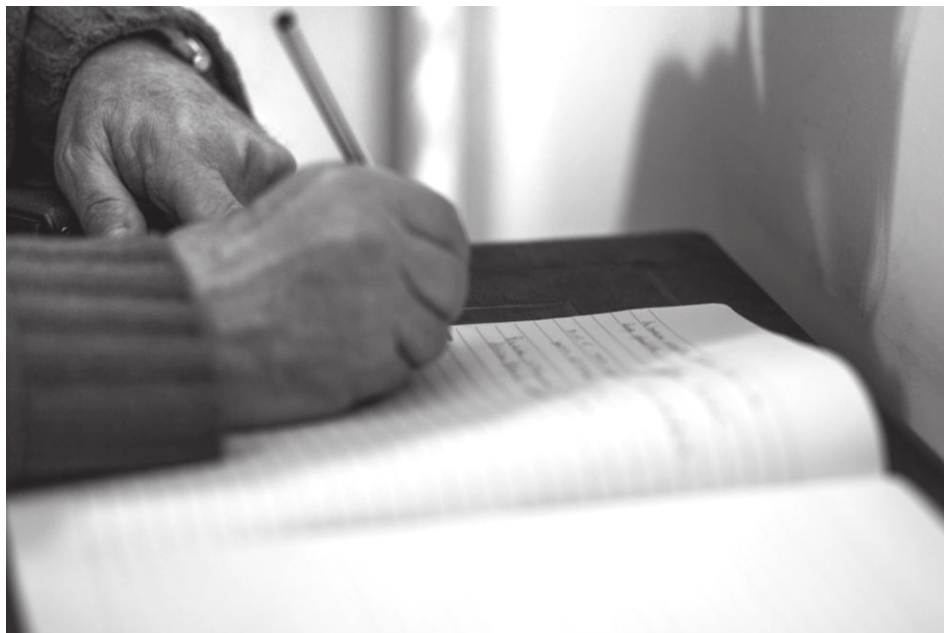


Fig. 1. *Registro dei visitatori*, Roma, Museo H.C. Andersen, ingresso

Al di fuori delle solite mete, un luogo che sarà meta futura, nella prossima visita a Roma Città Eterna ma non 'mondiale' come lui l'avrebbe voluta<sup>20</sup>.

Un grande uomo con un grande progetto, una grande donna che ha creduto in lui, una grande 'eredità' per noi che possiamo così crescere e vivere con l'anelito al bello e al migliore<sup>21</sup>.

Il Museo Andersen rispecchia il compito che oggigiorno dovrebbero avere tutti i musei. Oltre ad essere degli ingredienti della dieta mediale del pubblico e alternative per il tempo libero rispetto ai media generalisti<sup>22</sup>, dovrebbero essere agenzie di formazione permanente che «hanno una responsabilità sociale nei confronti della comunità territoriale di riferimento e tale responsabilità è legata alle specificità dell'istituzione e alla sua missione. Il museo, per esercitare la sua funzione sociale, deve necessariamente porsi in una posizione 'aperta' e 'di ascolto' nei confronti della collettività;

20. *Registro dei visitatori*, commento del 28 settembre 2013.

21. *Registro dei visitatori*, commento del 4 gennaio 2014.

22. Cfr. V. Martino, *Non solo media: nuovi scenari del loisir e del consumo culturale* in M. Morcellini, *Lezione di Comunicazione*, Arzano (Na) 2003, pp. 167-177.

deve interrogarsi sul proprio ruolo e ripensare la propria funzione per integrare efficacemente con l'attualità, caratterizzata da elementi di complessità e di dinamismo. Il patrimonio culturale può svolgere un ruolo sociale importante, combattendo diversi fenomeni di esclusione e proponendosi come terreno di sperimentazione per nuove forme di cittadinanza culturale, promuovendo e sostenendo coesione sociale e appartenenze territoriali»<sup>23</sup>.

Il Museo Andersen ha insita nella propria collezione la *mission* etica e sociale e un progetto come *Museo Facile. Progetto sperimentale di comunicazione e accessibilità culturale* può rappresentare l'opportunità per valorizzare la sua comunicazione museale, trasmettendo nel modo più adeguato i contenuti e i valori di cui il museo è portatore. Un'occasione dunque per arrivare nel modo corretto e senza difficoltà comunicative non solo ai pubblici target per cui il progetto è nato, ma al Pubblico nella sua totalità

I came here 10 years ago and I come again. Ten years ago with mom, and in this time with husband. I will come here next with my children. Mi piace molto (il) questo museo<sup>24</sup>.

Nulla è impossibile, anche se si abita dall'altra parte del mondo.

23. Cfr. *La funzione educativa del museo e del patrimonio culturale*, documento della Commissione Educazione e mediazione ICOM Italia, novembre 2009; [http://www.icomitalia.org/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&id=82:documenti&Itemid=103](http://www.icomitalia.org/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=82:documenti&Itemid=103).

24. *Registro dei visitatori*, commento del 14 ottobre 2014.

FIORENZA TARICONE\*

## Accogliere e integrare gli studenti con disabilità: l'attività del Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca e Innovazione

### *Biglietto da visita*

Il CUDARI, Centro Universitario Diversamente Abili Ricerca Innovazione, dell'Università di Cassino e Lazio Meridionale, sostituisce, da tre anni a questa parte, l'acronimo del precedente CUDH, Centro Universitario Disabili Handicap, che recava il segno di un lessico vecchio e paradossalmente discriminatorio, pur avendo come obiettivo la lotta ai pregiudizi. Com'è noto, la perifrasi 'diversamente abili' è stata variamente criticata; alcuni preferiscono il termine disabilità, per evitare locuzioni pietistiche che nascondano la realtà, ma certo non è questa l'accezione con cui il CUDARI ha costituito l'acronimo. Nel nostro caso, l'intento esplicitato era piuttosto evidente: abbiamo inteso attribuire un significato potenzialmente positivo alle tante diversità e trasmettere attraverso il linguaggio che chi è privo, temporaneamente o definitivamente di talune capacità abilità psico-fisiche, ne sviluppa altre, o direttamente le crea. Ricerca e innovazione testimoniano invece la grande fiducia nel corretto uso dello sviluppo tecnologico a favore delle persone disabili.

L'obiettivo è mettere in pratica la teoria di quella che Norberto Bobbio ha definito «l'età dei diritti», in questo caso, del diritto all'individuazione delle capacità personali, allo studio, all'inclusione in un ambiente collettivo quale l'Università. Consolidare il percorso culturale di formazione e di ricerca,

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Il contributo riprende, ampliandoli e aggiornandoli, gli interventi svolti in occasione della I e della II giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, 17 aprile 2012, 30 maggio 2013).

Si veda anche F. Taricone, *Il Cudari e l'incontro con gli studenti diversamente abili*, in «L'integrazione scolastica e sociale», vol. 13, n. 4, novembre 2014, pp.344-349; la rivista ha dedicato un monografico agli interventi dei Delegati per la disabilità, pubblicando anche le nuove *Linee Guida della Conferenza Nazionale Delegati per la Disabilità* (CNUDD); negli articoli sono presenti approfondimenti sulle *best practices* per l'inclusione degli studenti disabili in vari Atenei italiani.

migliorando l'accessibilità a tutti i livelli dell'ambiente universitario, ha come base l'approccio secondo cui la disabilità è esito di un'interazione sfavorevole tra ambiente e individuo, che chiunque può trovarsi a dover affrontare.

Il CUDARI, in particolare, rivolgendosi ai/alle diversamente abili, ha cercato di spostare la sfida verso le dimensioni della complessità, partendo certamente da una soddisfazione di bisogni concreti e legati allo studio, come l'accompagnamento, il contatto con i docenti, il supporto sui piani di studio, la socializzazione con i volontari del Servizio Civile nelle ore morte della frequenza alle lezioni, l'accessibilità ai testi per gli ipovedenti, con i sintetizzatori vocali, l'ingrandimento delle pagine di testi d'esame o la lettura da parte dei volontari, i totem per disabili presso il Campus Folcara dell'Università e i Poli didattici, oppure, l'andare oltre ha significato nutrire la mente e il corpo con la fruizione di attività sportive, che la tecnologia consente o di tutte quelle manifestazioni legate all'arte.

Al di là dell'impegno come presidente del Cudari, assunto da tre anni, insegno da anni Storia delle dottrine politiche, anche nel corso di laurea di Scienze della Comunicazione, con un bagaglio di esperienze territoriali e nazionali nel campo delle politiche di pari opportunità, e certamente questo ha acuito la preesistente sensibilità verso i linguaggi, la comunicazione, il mettersi in rapporto, l'accoglienza. Ritengo a questo scopo fondamentale la collaborazione con gli studenti, perché elaborano linguaggi comunicativi insoliti, di grande efficacia.

Nel maggio di quest'anno, su proposta degli studenti, è stata portata a termine un'azione di sensibilizzazione sulla disabilità nel territorio, sulla via principale di Cassino, Corso della Repubblica; gestita interamente dal Gruppo Guerrilla Marketing, Scienze della Comunicazione, aveva come titolo *Guerrillando against Prejudice and Discrimination "Disabili in Gabbia": Il tuo pregiudizio è la mia gabbia!* (fig. 1). Gli studenti del Gruppo Guerrillando, che studiano e mettono in pratica una nuova tecnica pubblicitaria, di grande impatto e bassi costi, chiamata appunto Guerrilla Marketing, hanno lavorato per molti giorni, raccogliendo personalmente canne per costruire gabbie, le hanno dipinte, montate e ognuno di loro ha preso posto nella prigione, simboleggiando una diversità: motoria, o anche cognitiva, come la gabbia in cui la ragazza sedeva facendo scorrere nelle mani la sabbia in un colloquio solitario con il suo essere autistico. L'azione è consultabile in [www.guerrillando.it](http://www.guerrillando.it).



Fig. 1. Gruppo Guerrilla Marketing, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Corso di laurea in Scienze della Comunicazione, *Guerrillando against Prejudice and Discrimination "Disabili in Gabbia": Il tuo pregiudizio è la mia gabbia!*

Nel sito del CUDARI è presente anche la prima iniziativa aperta a tutta l'Università, nell'atrio di Campus Folcara, una sorta di pittura live, con una Cooperativa di diversamente abili della provincia di Caserta; invitavano i 'passanti' docenti e studenti ad aggiungere una personale pennellata al quadro, non escluso naturalmente il rettore *Ciro Attaianese*.

### *Sinergie*

Un esempio di sinergia positiva è senz'altro la collaborazione con il Cuori, Centro di orientamento universitario, diretto dal collega Antonio Maffucci; dal 2013, la Guida on-line e cartacea prodotta dal Cuori, contiene un mio scritto dal titolo *La cultura dell'accoglienza*, con l'intento di ribadire che l'Università, come massima agenzia di formazione, cerca anche di plasmare orizzonti culturali ispirati a una moderna cittadinanza. La cultura dell'accoglienza rientra in questo processo, nel quale studenti, docenti,

amministrativi, si mettono alla prova formando loro stessi, a contatto con sperimentazioni pratiche e nuovi confini teorici. Sentirsi accolto/a vuol dire avere la sicurezza di vedersi riconoscere diritti fondamentali, che non sono statici, ma si aggiornano di continuo, come quelli di nuova generazione.

La partecipazione al progetto pilota *Museo Facile*, curato dalla collega Ivana Bruno, Dipartimento di Lettere e Filosofia dell'Ateneo, per una diversa fruibilità del Museo H.C. Andersen di Roma, in collaborazione con il Ministero dei Beni Culturali e delle Attività Culturali e del Turismo e l'UNLA (Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo), s'inserisce per me in un salto di mentalità, coniugato ancora ai diritti e alla morale, intesa come libertà di scelta di un soggetto agente. Come ha scritto a metà dell'Ottocento una pensatrice politica francese dell'Ottocento, l'estetica è cugina della morale. L'arte contribuisce ad accrescere il livello di moralità privata e pubblica, ed è presente non solo come disciplina formativa nel curriculum di esami, ma può coadiuvare l'Università nel compito formativo; il processo di crescita non è misurabile come una merce, ma è in grado di determinare con altri fattori un livello di civiltà.

La presentazione del prototipo finale ha rappresentato un momento di grande sinergia e una spinta in un momento in cui il sistema universitario italiano ristagna da tempo. Il volume che ospita questo mio breve intervento è una dimostrazione ulteriore e tangibile della positività di questa sinergia.

D'altro tipo, ma altrettanto efficace nel suo messaggio antidiscriminatorio, è la sinergia messa in atto con il Centro Universitario Teatrale d'Ateneo (CUT). Dopo aver visto a Roma la commedia brillante e ironica scritta e diretta dal regista Daniele Falleri, intitolata *Il marito di mio figlio*, avevo proposto al Centro Teatrale di farsene carico con il patrocinio e il contributo del CUDARI. La prima rappresentazione ha avuto luogo nell'Aula Pacis dell'Università nel novembre del 2013, con un'ottima accoglienza. Ha fatto seguito una rappresentazione nella piazza del Comune di Piedimonte, comune limitrofo a Cassino e infine quella, a pagamento, nel Teatro Romano di Cassino, a luglio del 2014, grazie anche alla sensibilità dell'Assessore alla Cultura Daniele Grossi.

### *La percezione all'interno*

Spostando l'attenzione alla comunicazione verso l'interno dell'Ateneo, il CUDARI non può esimersi dal fronteggiare un problema di sensibilizzazione, più o meno massiccio. Il fatto che gli Uffici si trovino di solito a piano terra e siano facilmente accessibili materialmente, non garantisce di per sé l'aggregazione e l'integrazione con il resto del mondo universitario. I/le docenti, così come il personale amministrativo, a meno che non abbiano motivazioni familiari, difficilmente conoscono la legge n. 17/99 e la recente legge n. 170 del 2010, con il successivo decreto ministeriale del 2011, in merito alle iniziative da attuare a favore degli studenti con disturbo specifico dell'apprendimento; l'Università è vissuta generalmente come un luogo di aggregazione di giovani tutti proiettati verso un traguardo di vita, sani e vigorosi. Chiedere ai colleghi e colleghe di riflettere sulla precarietà di tutti è impresa difficile.

Ad ogni delegata per la disabilità, competono ai sensi dell'art. 1, c.c3, della legge n.17/99, le funzioni di coordinamento, monitoraggio e supporto di tutte le iniziative concernenti l'integrazione nell'Ateneo degli studenti disabili. Alla delegata fa capo quindi la responsabilità politica e d'indirizzo, e anche l'eventuale responsabilità dell'uso delle risorse. La struttura amministrativa, che si avvale anche della dott.ssa Adele Gentile e dei volontari del servizio civile nazionale, ha una delicata funzione d'interfaccia fra il sistema università e gli studenti disabili, ma anche con le loro famiglie; di là dai discorsi sull'autonomia fisica degli studenti, la famiglia è fondamentale nel far proseguire gli studi, nell'accompagnare verso una socializzazione extra universitaria e in molto, molto, altro. Spesso, la scelta nell'impegnare le risorse oscilla proprio fra la materialità di interventi, come la rimozione delle cosiddette barriere architettoniche, e azioni di sensibilizzazione, spesso immateriali e con effetti non immediati.

Inoltre, il CUDARI deve o dovrebbe verificare la corretta applicazione della normativa vigente sia in materia di disabilità che di contabilità. La programmazione deve quindi fare i conti con le grandi teorie antidiscriminatorie e le scelte di vita quotidiana perché una scelta esclude l'altra e non si può sapere fino alla fine se ciò che hai scelto è giusto in termini morali, o di efficacia. Se infatti, le cifre erogate dal Miur come stanziamento





Fig. 2. Premio a Laura Miola, Cassino, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Campus Folcara, Aula Magna

annuo sembrano consistenti, anche se in questi ultimi anni hanno subito contrazioni, diventano risibili se pensiamo soltanto all'accompagnamento da garantire all'interno e all'esterno, ai servizi tutorato, alla predisposizione dei testi in formato accessibile. Per non parlare dell'attivazione, per ora solo ipotizzata, dei servizi d'interpretariato in lingua dei segni e comunicazione facilitata, ambito che non siamo riusciti a implementare; siamo convinte che occorra rompere la monolitica convinzione nell'immaginario collettivo dell'Università e delle famiglie che i sordomuti sono tutti uguali, tutti con lo stesso passato, e lo stesso presente.

Frutto positivo di una sinergia fra il farsi conoscere, l'inclusione e la meritocrazia, è stata la laurea d'eccellenza attribuita nel 2014 alla studentessa disabile Laura Miola, laureata a Scienze della Comunicazione, premiata nell'Aula Magna, insieme a tanti suoi colleghi e colleghe (fig. 2).

Un'iniziativa che ha cercato di rinsaldare legami fra l'Università al suo interno e il territorio, da cui provengono nella quasi totalità gli iscritti al CUDARI, è il premio *Pari e Diversi*; annualmente bandito, propone agli studenti dell'ultimo biennio delle Scuole Superiori del Lazio, naturalmente



Fig. 3. *Concorso Pari e diversi: come e perchè. Omaggio a Jane Goodall*, Cassino, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Campus Folcara, Aula Magna

normo abili e diversamente abili, di partecipare alle tre sezioni previste, letteraria, tecnologica, artistica, su un tema che cambia ogni anno. Ogni sezione prevede tre premi, tutti in denaro.

Lo scorso anno avevo dato come titolo *Pari e diversi: come e perché*. Quest'anno il concorso è stato intitolato a Jane Goodall, la scienziata candidata al Nobel, che festeggia nel 2014 gli ottanta anni (fig. 3); l'iniziativa è stata proposta al CUDARI dal collega Marco Celentano, docente di Etica nell'Ateneo, e organizzata in sinergia con la Scuola di Alta Formazione Filosofia-Etica-Etologia (*Post-Graduate School of Philosophy Ethics and Ethology*). Gli studenti hanno lavorato sul tema *Convivere con il 'mondo animale': uno scambio reciproco. Omaggio a Jane Goodall*.

Chiunque si trovasse a passare nel Campus Folcara dell'Università di Cassino e Lazio Meridionale, nel corridoio prospiciente la sede del CUDARI, potrà ammirare appese lungo la parete le belle opere prodotte dagli studenti nel corso di questi anni.





Museo Facile

# PARTE SECONDA IL PROGETTO. GLI ESITI



La Fondazione Oly - The Pavilion of Life  
MUSEO FACILE

Il Museo Facile  
MUSEO FACILE

MUSEO FACILE



Museo Facile



MUSEO FACILE





IVANA BRUNO\*

## Esporre per comunicare. Dall'analisi del Museo H.C. Andersen alle proposte del gruppo di lavoro

«Non esito ad affermare che i musei sono fatti per il pubblico [...] aiutiamolo dunque non solo con cartellini e pannelli esplicativi, ma cercando di comprenderne le giuste esigenze»<sup>1</sup>. Con queste parole uno dei padri della museologia, Henry Focillon, durante l'XI Congresso Internazionale di Storia dell'arte che si svolse nel 1921 a Parigi, diede il via ad un animato dibattito – poi protrattosi in Europa nei decenni fra le due guerre mondiali – sul superamento del modello tradizionale di museo ottocentesco che evidenziava ormai numerose criticità<sup>2</sup>.

Ancora oggi, seppure gli studi mostrino come siano stati fatti numerosi passi in avanti, la comunicazione nel museo continua ad avere bisogno di una particolare attenzione e di un costante impegno da parte dei professionisti del settore.

L'esperienza di tirocinio *Museo Facile* e le varie attività da esso scaturite sono partite proprio dalla consapevolezza della centralità di tale aspetto e dalla piena condivisione del principio che bisogna «esporre *per* comunicare» e che in molti casi «esporre fisicamente le opere non basta a raggiungere l'obiettivo, primario per l'esistenza stessa della struttura museale, di trasmettere cultura ai visitatori»<sup>3</sup>.

Il piano di comunicazione museale, elaborato secondo un'ottica inclusiva in linea con gli obiettivi specifici del progetto *Museo Facile*, ha coinvolto attivamente i tirocinanti che hanno messo in atto le conoscenze apprese durante il percorso universitario e le abilità acquisite durante l'esperienza

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

1. H. Focillon, *La conception moderne des Musées*, in *Actes du XI Congrès d'Histoire de l'Art* (Paris 1921), Paris 1923-24, vol. I, p. 89, citato in M. Dalai Emiliani, *Per una critica della museografia del Novecento in Italia. Il "saper mostrare" di Carlo Scarpa*, Venezia 2008, p. 45.

2. Sul dibattito europeo sui musei nel secondo e terzo decennio del Novecento cfr. M. Dalai Emiliani, *Per una critica...cit.*, 2008, pp. 13-49; P. Dragoni, *Processo al museo. Sessant'anni di dibattito sulla valorizzazione museale in Italia*, Firenze 2010.

3. F. Antinucci, *Comunicare nel museo*, Bari 2004, in particolare pp. 9-36.

del tirocinio curriculare lavorando all'interno del Museo H.C. Andersen di Roma, scelto come luogo di sperimentazione dello stesso progetto e rivelatosi fin da subito un efficace ambiente di 'apprendimento informale'<sup>4</sup>.

Il lavoro ha preso avvio innanzitutto dall'analisi degli strumenti di 'comunicazione interna' del Museo già esistenti: gli studenti hanno infatti redatto ciascuno una scheda di rilevamento dei dati qui esemplificata dal documento pubblicato da Martina Sacco<sup>5</sup>.

Il modello di scheda, elaborato da chi scrive nel 2005, aggiornato ed utilizzato nell'ambito della didattica per attività seminariali ed esercitazioni sul campo, si fonda sull'*Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei* del 2001 e tiene conto dei questionari di autovalutazione adottati qualche anno dopo dal Ministero per i beni e le attività culturali<sup>6</sup>.

Tale analisi ha portato successivamente ad una serie di proposte a lungo analizzate e discusse all'interno del comitato scientifico e dei gruppi di lavoro; proposte che hanno trovato un loro concreto sviluppo nella progettazione di un prototipo di sistema integrato di comunicazione museale, che – come ribadito nella parte prima del volume – è stato applicato al nucleo più significativo della raccolta di Andersen, rappresentato dalla *Fontana della Vita*.

Il prototipo progettato intende conciliare i modelli tradizionali con il ricorso a modalità innovative che si basano sull'impiego diffuso delle nuove tecnologie dell'informazione e dei sistemi di comunicazione mobile, come gli smartphone e i tablet e, al contempo, non richiedono un notevole dispendio economico.

Come strumenti di 'comunicazione interna' utilizza:

- cartellini in plexiglass per le sculture della *Fontana della Vita*, caratterizzati dalla leggibilità del testo in italiano e inglese, anche a vantaggio

4. Cfr. I. Bruno, Museo Facile. *Nuovi strumenti comunicativi e nuovi percorsi per pubblici diversi*, *infra*.

5. M. Sacco, *Analisi degli aspetti comunicativi del Museo H. C. Andersen*, *infra*.

6. *Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e di sviluppo dei musei*, in «Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana», n. 244, 19 ottobre 2001; *Strumenti di valutazione per i musei italiani. Esperienze a confronto*, a cura di A. Maresca Compagna, Roma 2005.

- di visitatori con ridotte capacità visive, planimetria della stessa *Fontana* e QR Code<sup>7</sup>;
- apparati testuali in italiano e in inglese, con un linguaggio semplificato, che possono essere fruiti sia attraverso schede di sala, sia attraverso un QR Code inserito nei pannelli dei supporti centrali;
  - supporti in plexiglass, posti al centro delle due sale principali del pianterreno del Museo (la Galleria e lo Studio), che integrano materiali visivi con mappe visuotattili fondamentali per l'orientamento all'interno dello spazio museale anche per un pubblico con disabilità visiva e contengono un QR Code che permette di accedere a contenuti aggiuntivi, sempre in italiano e in inglese, e a video in LIS con la descrizione in modalità narrativa delle opere e del progetto. Tali supporti, armoniosamente inseriti nell'allestimento, fungono anche da contenitori delle schede di sala e dei pieghevoli informativi del progetto<sup>8</sup>;
  - un modello plastico esplorabile a livello tattile della *Fontana della Vita*, anch'esso dotato di QR Code, individuabile tattilmente<sup>9</sup>;
  - la ricostruzione virtuale 3D della stessa *Fontana della Vita* visibile attraverso un audiovisivo;
  - pieghevoli informativi sul progetto in italiano e in inglese.

Prima ancora di procedere alla progettazione e realizzazione degli strumenti di comunicazione, è stata ideata l'immagine coordinata, che ha avuto fin dall'inizio il compito di conferire al progetto una funzione unificante rispetto al pubblico. L'immagine coordinata è stata il frutto del dialogo fondamentale che è scaturito all'interno del gruppo di lavoro, durante il quale un ruolo trainante hanno avuto gli studenti che possedevano già un minimo di conoscenze tecniche in campo grafico<sup>10</sup>.

7. T. Valente, *Criteri redazionali per un cartellino 'accessibile'*, *infra*.

8. Sulla descrizione e l'analisi dettagliata di questi apparati comunicativi cfr. I. Bruno, Museo Facile... cit.

9. I. Fenici, *Un modello tattile del Centro Mondiale di Comunicazione di H.C. Andersen*, *infra*.

10. S. Vitti, *Un logo per Museo Facile*, *infra*.



MARTINA SACCO<sup>11</sup>

### *Analisi degli aspetti comunicativi del Museo H.C. Andersen*

#### **PRESENTAZIONE GENERALE DEL MUSEO**

DENOMINAZIONE: Museo Hendrik Christian Andersen

INDIRIZZO: Roma, Via Pasquale Stanislao Mancini 20

TIPOLOGIA: Casa museo, Artistico IDENTITÀ GIURIDICA: Museo statale

#### **ANALISI DEGLI ASPETTI COMUNICATIVI DEL MUSEO**

##### **ALLESTIMENTO**

TIPO DI ORDINAMENTO: storico / l'ordinamento rispetta le scelte dell'artista, che aveva adibito le due sale al pianterreno l'una come studio l'altra come galleria / buono

SOLUZIONI ESPOSITIVE: sì / le sculture sono collocate su basi in legno / buono

ILLUMINAZIONE: sì / l'illuminazione è sia naturale, proveniente dalla luce che filtra nelle sale attraverso i lucernari e finestroni, sia artificiale, generata da faretti fissati in alto / discreto

CROMATISMO: sì / le pareti sono dipinte in grigio chiaro e il soffitto in bianco / buono

DISTANZA DELLE OPERE: sì / le opere sono esposte a breve distanza l'una dall'altra / mediocre

AUTOVALUTAZIONE: L'allestimento delle sale del Museo corrisponde in linea generale alle indicazioni fornite dall'artista e contribuisce a mettere in evidenza la sua identità. La poca distanza l'una dall'altra delle sculture, in gran parte monumentali, lascia poca possibilità di movimento al pubblico.

##### **SISTEMI INFORMATIVI**

SEGNALETICA NELLA CITTÀ: no

SEGNALETICA ALL'INTERNO DEL MUSEO: sì / la segnaletica indica i servizi igienici, la presenza di estintori e il divieto di fumare all'interno della struttura / mediocre

CARTELLINI: sì / pochi, in lingua italiana, con breve testo esplicativo / mediocre

PANNELLI ESPLICATIVI: sì / sono presenti tre pannelli bilingui (italiano e inglese) che descrivono il Museo e narrano la vita di Andersen e n. 7 paline per sala con testi bilingui che descrivono il Museo, elencano le opere e illustrano il progetto utopico del Centro Mondiale di Comunicazione / discreto

PIEGHEVOLI INFORMATIVI: sì / presso la biglietteria sono disponibili pieghevoli informativi bilingui (italiano e inglese) / buono

PIANTA DI ORIENTAMENTO: sì / in una delle paline è presente una pianta di orientamento con indicazioni numeriche che fanno riferimento all'elenco delle opere contenuto altrove / mediocre

FOTOGRAFIE: no

GRAFICI: no

MODELLI TRIDIMENSIONALI RIPRODOTTI IN SCALA: no

MATERIALE TIFLODIDATTICO E PERCORSI TATTILI: sì / nella Galleria è a disposizione per l'esplorazione tattile del pubblico non vedente il ritratto di Andreas Andersen / buono

STRUMENTI INFORMATICI: sì / al secondo piano una postazione multimediale, realizzata nell'ambito del progetto *Hendrik e Olivia. Due vite, una passione* (2010), racconta la storia di H.C. Andersen, della sua casa-museo, delle relazioni con i famigliari attraverso il diario autografo di Olivia Cushing, cognata dell'artista / ottimo

GUIDA: sì / su richiesta / buono

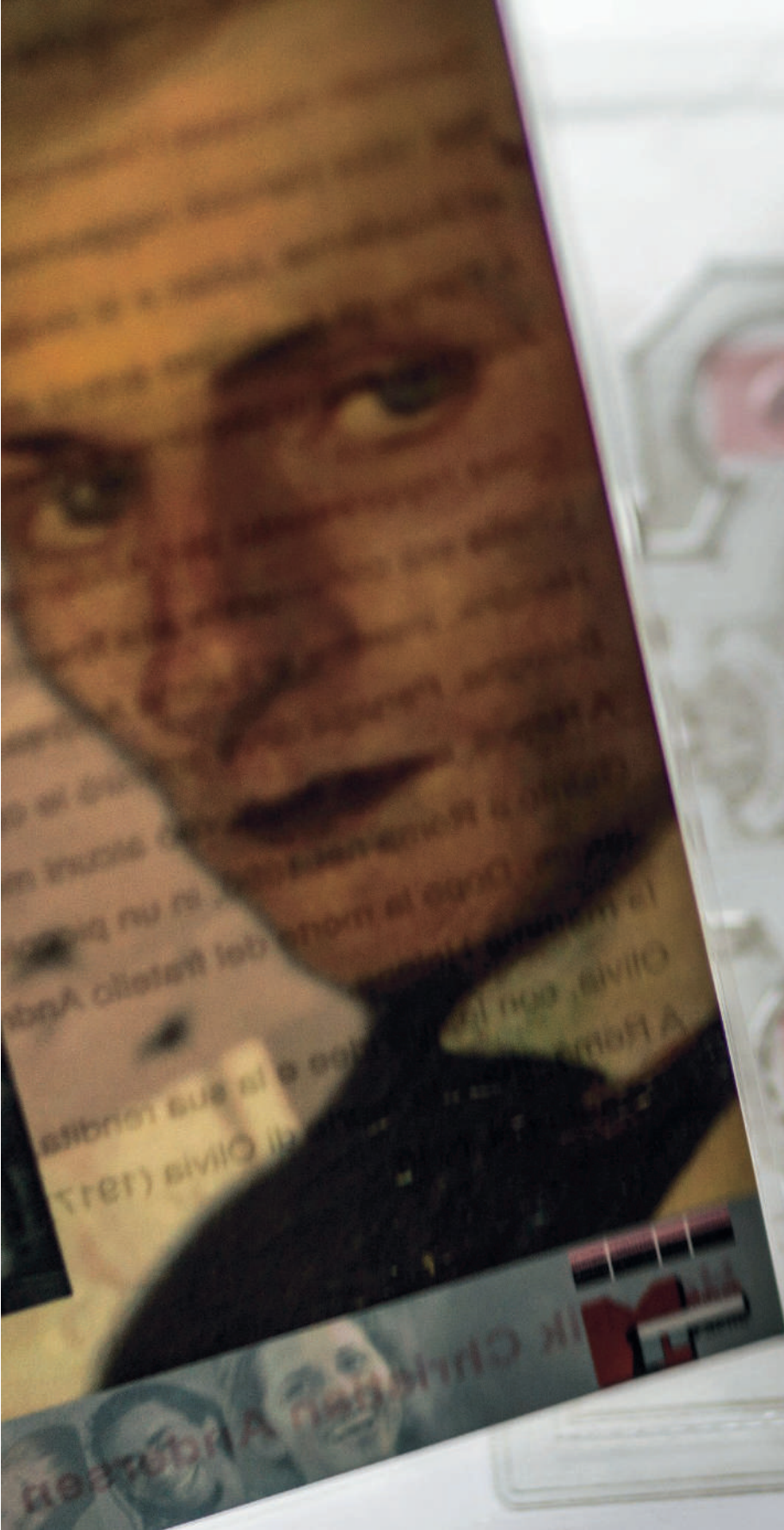
AUDIOGUIDA: no

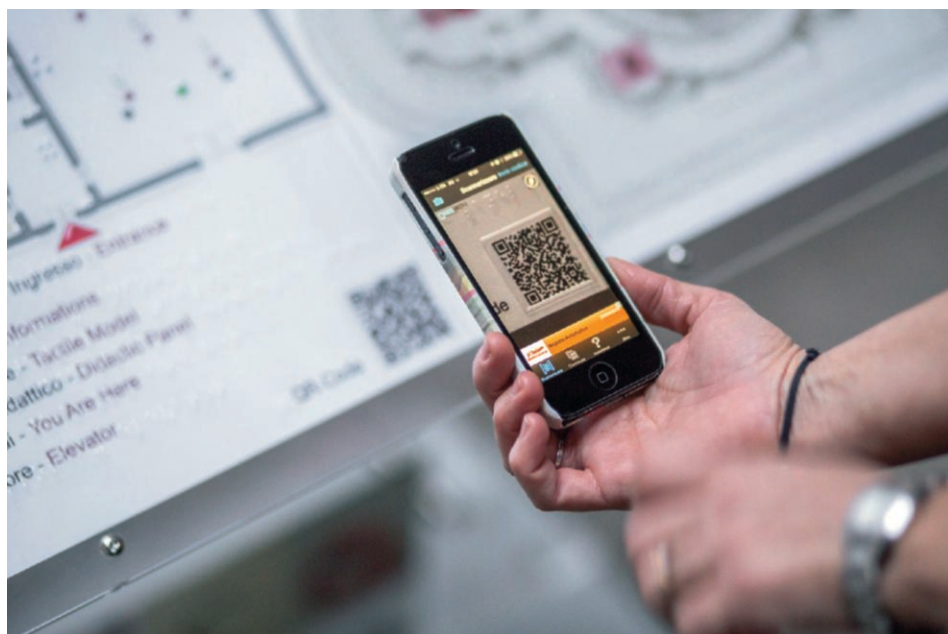
GUIDA CARTACEA: sì / in vendita presso il bookshop Electa, nella sede della Galleria Nazionale d'Arte Moderna / buono

AUDIOVISIVI: sì / presenti al primo piano / discreto

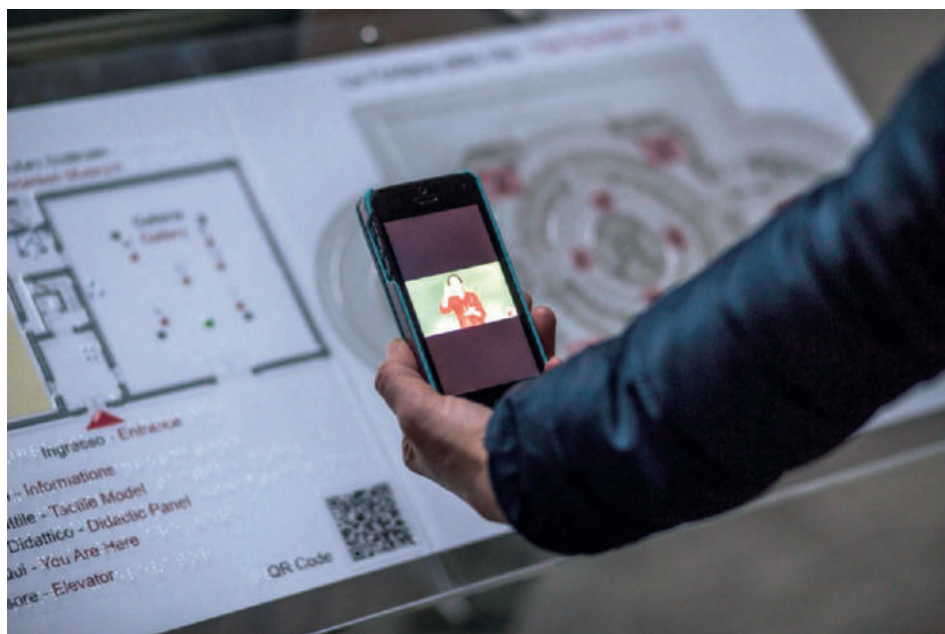
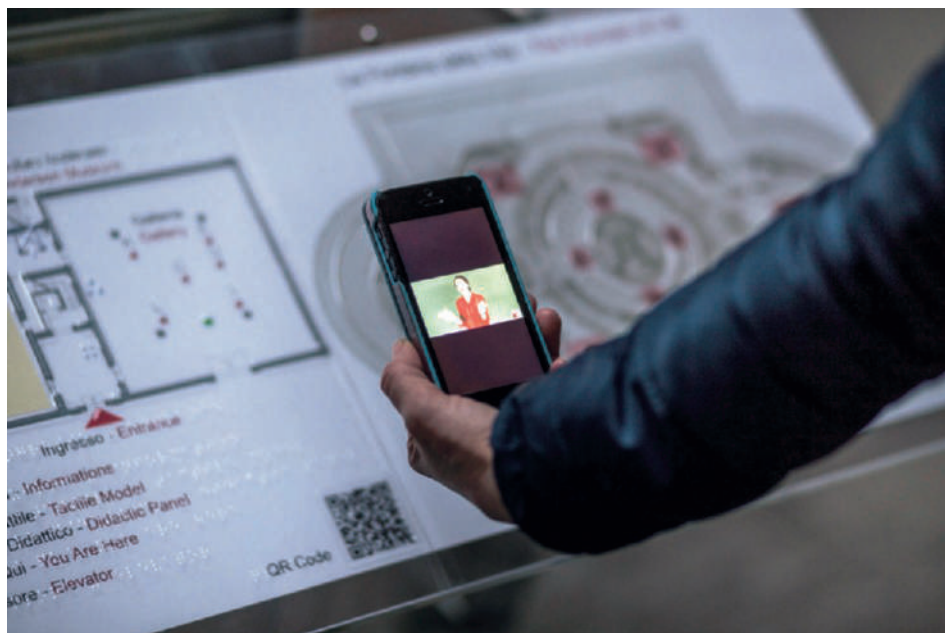
AUTOVALUTAZIONE: Lungo le strade della città non è presente alcun tipo di segnaletica che possa permettere a un potenziale visitatore di raggiungere il Museo. All'interno, invece, la segnaletica indica i servizi offerti dal Museo. Per quanto riguarda la comunicazione interna, il visitatore è orientato sui contenuti attraverso la lettura dei pannelli di sala, che raccontano la vita dell'artista, il suo legame con la cognata Olivia e il suo progetto. I cartellini, invece, sono molto meno efficienti, perché rari e i pochi presenti non sono facilmente leggibili a causa delle ridotte dimensioni del carattere grafico, della scarsa illuminazione e della posizione. La struttura del sito web in sezioni ne rende chiara e

11. Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

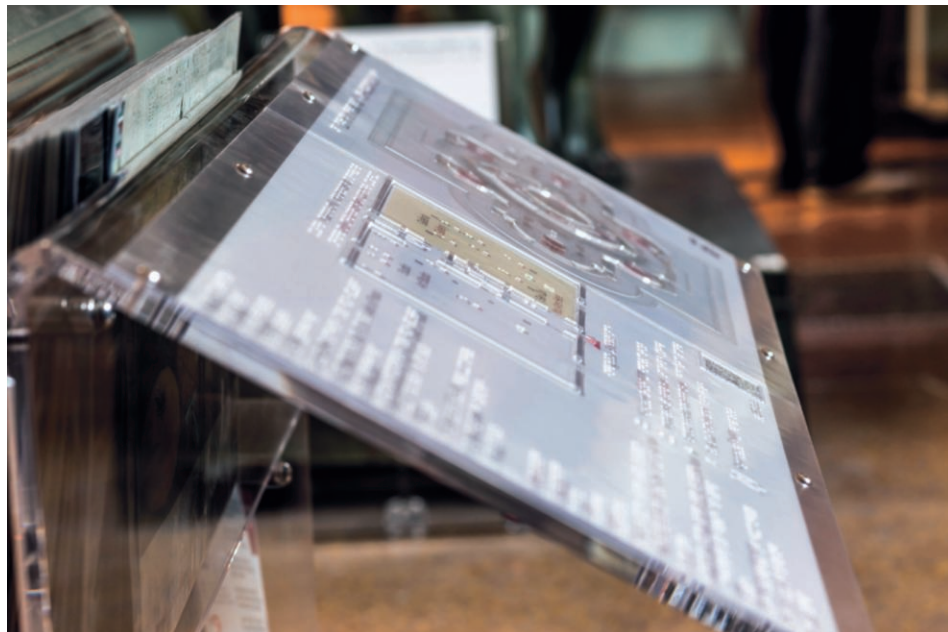
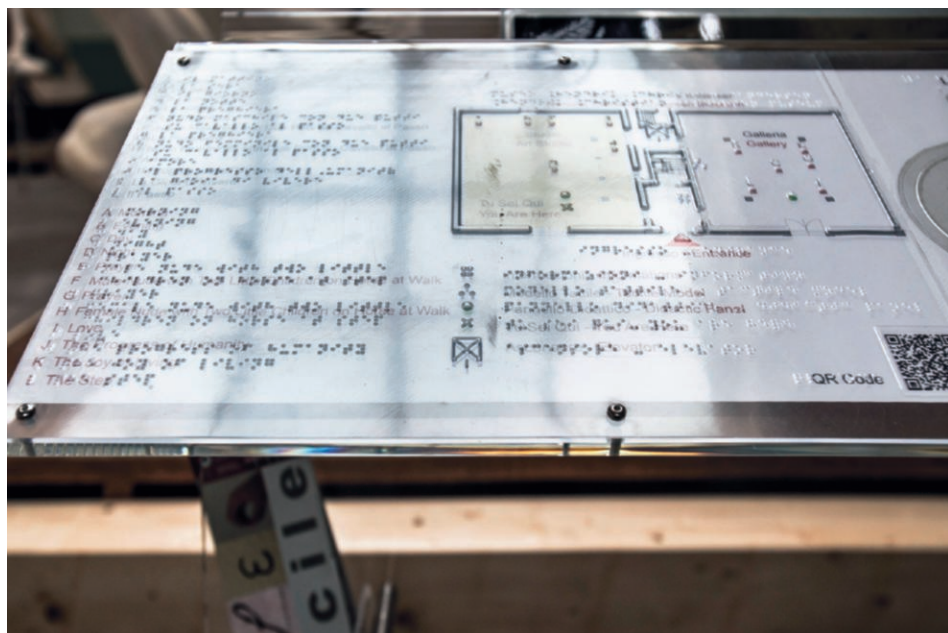




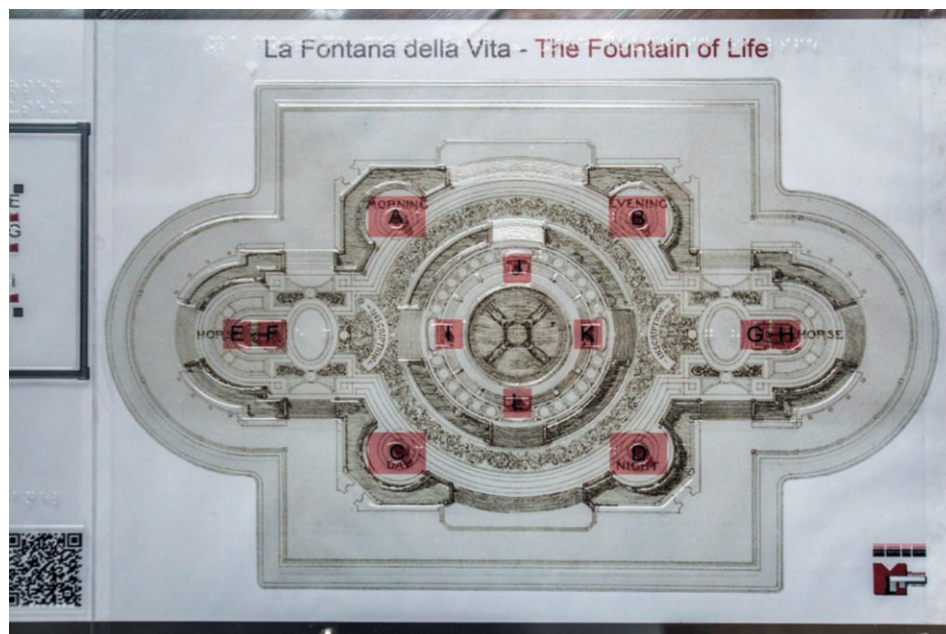
Tavv. 36-37. Nei nuovi totem del Museo c'è la possibilità di usare le moderne tecnologie per avere informazioni. Il QR code permette di approfondire i contenuti sulle collezioni



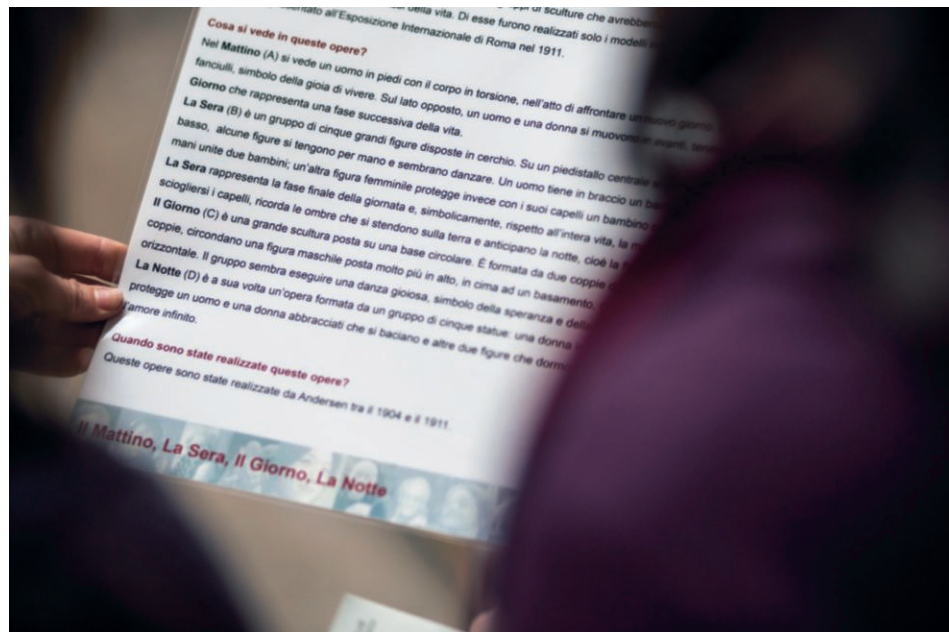
Tavv. 38-39. Sempre con uno smartphone o un tablet si può accedere ai video in Lingua Italiana dei Segni per non udenti



Tavv. 40-41. Il piano orizzontale del totem ha una tavola termoformata che permette la comprensione anche ai non vedenti



Tavv. 42-43. Il totem riproduce la planimetria della *Fontana della Vita* e una pianta del Museo con tutte le informazioni necessarie per un pubblico diversificato



Tavv. 44-45. Alcuni visitatori consultano le schede di sala davanti le opere



Tav. 46. Le schede di sala sono comode e facili da usare: contengono sia testi semplificati sia la riproduzione grafica delle opere





Tav. 47. Nella sala degli audiovisivi c'è un interessante video in cui si è proiettati in quella che doveva essere, secondo il progetto dell'artista, la *Fontana della Vita*



Tav. 48. I cartellini delle opere sono facili da consultare poiché i caratteri utilizzati sono grandi e ben leggibili. In più è presente il QR Code per accedere ad ulteriori informazioni

semplice la navigazione; le informazioni fornite sono attendibili ed esaurienti; è specificato anche che il pianterreno e il primo piano sono accessibili da persone con disabilità motoria.

#### **SERVIZI DIDATTICI ED EDUCATIVI**

BIBLIOTECA: sì / accessibile e consultabile su appuntamento / buono

CENTRO DI DOCUMENTAZIONE ACCESSIBILE AL PUBBLICO: sì / su richiesta è consultabile il catalogo cartaceo di tutte le opere della collezione / buono

ARCHIVIO: sì / il materiale dell'archivio è consultabile su appuntamento e previa presentazione di credenziali di studio / ottimo

FOTOTECA: no

SALA CONFERENZE E CONVEGNI: sì / localizzata al secondo piano / buono

SALA PROIEZIONE AUDIOVIDEO: sì / localizzata al primo piano / ottimo

DOTAZIONI INFORMATICHE: sì / il visitatore ha la possibilità di raccogliere informazioni sul Museo dal sito web dedicato e di mettersi in contatto con il personale attraverso un indirizzo e-mail / ottimo

SALA PER LABORATORI DIDATTICI: sì / è possibile utilizzare la sala conferenze anche per laboratori didattici / buono

ATTIVITÀ DIDATTICHE E CULTURALI: sì / vengono proposte periodicamente attività didattiche e culturali per la scuola primaria e secondaria, per l'università e per gli adulti. Il Museo accoglie anche esperienze di tirocinio formativo / ottimo

AUTOVALUTAZIONE: Il Museo offre ai visitatori la possibilità di consultare il materiale conservato in biblioteca e in archivio su richiesta, presentando credenziali di studio. Inoltre, il personale del Museo è disponibile ad accogliere le diverse categorie di pubblico e ad ospitare attività di tirocinio formativo per gli studenti universitari. Le iniziative didattiche già realizzate costituiscono una buona premessa per la trasformazione del Museo in una sede di azioni educative stabili.

#### **STRUTTURE DI ACCOGLIENZA UTENTE E SERVIZI AGGIUNTIVI**

PUNTO DI ACCOGLIENZA: sì / il punto di accoglienza si trova presso la biglietteria / buono

GUARDAROBA: no

ASSISTENZA E INTRATTENIMENTO PER L'INFANZIA: no

ASSISTENZA E SUPPORTO ALLA VISITA PER DISABILI: sì / la postazione multimediale realizzata nell'ambito del progetto *Hendrik e Olivia. Due vite, una passione* (2010) è accessibile anche al pubblico con disabilità / mediocre

ASCENSORI E STRUTTURE DISABILI: sì / il primo piano del Museo è accessibile alle persone con disabilità motoria grazie a un ascensore; al piano terra è presente una rampa rimovibile, che però risulta troppo ripida e richiede l'aiuto di un accompagnatore / discreto

SERVIZI TOILETTE: sì / al primo piano / buono

BOOK SHOP: no

CAFFETTERIA: sì / situata al primo piano, con distributori automatici, tavolini e terrazza / discreto

RISTORANTE: no

AUTOVALUTAZIONE: Gli orari e i giorni di apertura e chiusura sono riportati su un pannello informativo all'interno del Museo, sul sito web dedicato e anche sul retro del pieghevole con la storia del Museo distribuito gratuitamente. Il personale all'interno del Museo è accogliente e disponibile nei confronti dei visitatori. Inoltre, il Museo è dotato di una carta dei servizi consultabile nella sezione 'servizi al pubblico' all'interno del sito web.

#### **VALUTAZIONE COMPLESSIVA**

ACCESSIBILE (possibilità di accedere sia fisicamente a tutte le aree del percorso, sia concettualmente ai contenuti del museo)

VISITABILE (possibilità di accedere sia fisicamente ad alcune aree del percorso, sia concettualmente ad alcuni contenuti del museo) X

NON ACCESSIBILE

#### **COMPILATORE**

Sacco Martina

DATA: anno accademico 2013/2014

#### **NOTE PER LA COMPILAZIONE**

Nello spazio riservato alla compilazione, per ogni elemento vanno indicate:

1. la presenza (nella forma sintetica: sì, no);
2. la tipologia (con una breve descrizione);
3. una valutazione (nella forma sintetica: pessimo, mediocre, discreto, buono, ottimo)

TANIA VALENTE<sup>12</sup>

*Criteri redazionali per un cartellino 'accessibile'*

Per un libero accesso alla cultura bisogna porre particolare attenzione ai temi della comunicazione, anche visiva, e mirare alla realizzazione di prodotti sempre più accessibili e comprensibili a tutti i tipi di pubblico.

Un cartellino all'interno del museo, efficace e leggibile, che tenga conto anche delle persone con ridotte capacità visive, dovrebbe rispondere a precisi criteri redazionali e osservare alcune regole percettive legate alla produzione dei testi<sup>13</sup>.

Nella realizzazione dei cartellini del Museo H.C. Andersen, ma anche dei pannelli, sono stati utilizzati particolari accorgimenti cromatici e grafici, già sperimentati e codificati dal progetto *Civis / Città Visibili*<sup>14</sup> (fig. 1).

Le parole scritte interamente in minuscolo sono più leggibili rispetto a quelle scritte in stampatello maiuscolo, perché quest'ultime sono meno efficaci per identificare velocemente titoli o altre indicazioni. Appaiono più chiare le parole enfatizzate da un'iniziale maiuscola seguita da lettere minuscole e le lettere maiuscole che garantiscono una maggiore leggibilità in termini aptici e visivi sono diciassette: A, B, C, E, F, H, I, J, L, Q, P, R, S, T, U, Y e Z<sup>15</sup>.

È necessario utilizzare uno stile normale o grassetto e preferire tipi di carattere come l'Arial, l'Helvetica, il Tahoma e il Verdana, cioè *font sans-serif*. La dimensione del carattere dovrà essere compresa tra i 24 e i 48 punti. Dimensioni e stile del carattere dovranno essere enfatizzati dall'uso del colore: il testo (giallo o bianco) dovrà staccarsi da uno sfondo scuro (di preferenza rosso, blu o nero), garantendo così una migliore leggibilità anche a chi presenta

12. Corso di laurea magistrale in Lettere moderne, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

13. Per un approfondimento si rimanda a: A. Arditi, *Effective color contrast: designing for people with partial sight and color deficiencies*, Arlene R. Gordon Research Institute, Lighthouse International, New York 1999 (disponibile all'indirizzo: [http://www.lighthouse.org/color\\_contrast.htm](http://www.lighthouse.org/color_contrast.htm)); A. Arditi, *Making text legible: designing for people with partial sight*, Arlene R. Gordon Research Institute, Lighthouse International, New York 1999 (disponibile all'indirizzo: [http://www.lighthouse.org/print\\_leg.htm](http://www.lighthouse.org/print_leg.htm)).

14. Cfr. P. Bucciarelli, *Ci.Vis. Città Visibili. Strumenti, metodi e tecniche per la realizzazione di mappe visuo-tattili architettoniche, urbane e urbanistiche*, Bologna 2004.

15. R.J. Phillips, *Why is lower case better? Some data from a search task*, in «Applied Ergonomics», 10, 1979, pp. 211-214.



# La Fontana della Vita The Fountain of Life

---

H. C. Andersen  
**Amore** 1906  
Bronzo

H. C. Andersen  
**Love** 1906  
Bronze



Inv. n. 14118



Fig. 1. Esempio di cartellino Museo Facile

gravi patologie legate alla percezione dei colori, ovvero la cecità cromatica e la acromatopsia. La finitura del supporto non dovrà essere lucida per evitare fenomeni di riflessione.

Infine, la distanza relativa dei caratteri, ovvero la crenatura, dovrà variare tra il 5 e il 20%. Sopra tale livello, le lettere possono essere percepite come elementi non facenti parte dello stesso gruppo.

ALESSANDRA CHIARLITTI<sup>16</sup>

### QR Code per un Museo Facile

Per supportare i contenuti visivi dei pannelli e dei cartellini si è ricorso allo strumento tecnologico del QR Code, ponendo come primo obiettivo l'utilità anche per un pubblico di non vedenti attraverso la tecnologia assistiva tramite smartphone. Tale strumento, nato in Giappone nel 1999 in ambito industriale<sup>17</sup> ed oggi al centro dell'attenzione nello scenario europeo, consiste in un codice a barre bidimensionale a matrice composto da moduli neri e bianchi disposti all'interno di uno schema di forma quadrata, conosciuto in gergo tecnico come MOB TAG<sup>18</sup>. Fruire di un QR Code significa scaricare un QR Reader, applicazione di lettura gratuita o a pagamento dal proprio smartphone e inquadrare il codice per raggiungere i contenuti tramite una rete internet disponibile. I campi di applicazione finora esplorati in tutto il mondo sono vari, ma legati soprattutto al marketing e al commercio. Si trovano QR Code nei cartelloni pubblicitari delle campagne elettorali, nei manuali di strumenti musicali, negli antifurto delle bici o nei *curricula vitae* parlanti, così come nella cartellonistica turistica di centri urbani, come ad esempio a Tarquinia (fig. 2) e Pisa<sup>19</sup>. All'estero sono state sperimentate varie applicazioni in ambito museale (dai musei francesi a quelli tedeschi) e, in alcuni casi il QR Code è diventato esso stesso l'oggetto dell'esposizione, come alla mostra di Richmond, per *Masterworks from the Musee Nationale Picasso, Paris*- Virginia Museum of Fine Art, del febbraio 2011.

16. Laurea in Valorizzazione e Promozione dei Beni Culturali, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

17. Lo strumento del QR Code (abbreviazione di *Quick Response Code*) nasce in Giappone con l'intento di rendere più veloce e facile la tracciabilità dei pezzi automobile Toyota.

18. Si tratta solitamente di codici in versione simbolo 40 (righe e colonne di quadrati neri e bianchi) e in model 2. Esistono due modelli riconosciuti internazionalmente: *model 1* comprendente 73x73 moduli e *model 2* comprendente 177x177 moduli. Essi hanno capacità di conservazione in un solo criptogramma di dati alfanumerici fino a 4.286 caratteri.

Il Qr Code è in grado di memorizzare informazioni sia orizzontalmente che verticalmente e di codificare la stessa quantità di dati in circa 1/10 dello spazio utilizzato dal codice a barre tradizionale. La novità consiste nella risposta rapida (*Quick Response*) della conversione in codice di vari contenuti come url, testi interattivi, link, video, files audio permettendo il trasferimento di dati dal mondo fisico a quello digitale.

19. Dal 29 marzo 2011 Tarquinia è la prima città dell'Unesco dotata di segnaletica turistica con codici QR Code grazie alla collaborazione con la Skylab Studios, invece Pisa ha dotato i pali della segnaletica stradale di QR Code contenenti audioguide in formato mp3 e testi di approfondimento sfruttando come box di deposito il sito web dell'OPA.



Fig. 2. Tarquinia, *Sistema di segnaletica turistica interattiva con QR Code*

In Italia alcune applicazioni in campo museale sono rappresentate dallo studio pilota condotto dal Policlinico Gemelli di Milano nel 2010<sup>20</sup> per un'esposizione temporanea in onore del suo fondatore e dal progetto *Natura in codice* del 2012 del Museo di Storia Naturale di Ferrara<sup>21</sup>.

Per *Museo Facile*, dato il carattere sperimentale della tecnologia QR Code, si è reso necessario sin da subito predisporre un format condiviso da somministrare durante le varie fasi di test individuali e collettivi in relazione a *focus group* scelti al fine di verificare la praticabilità dei QR Reader. Il modello elaborato è stato calibrato su criteri di utilità, economicità e trasferibilità dei dati per rendere più agevole ed efficace la raccolta e l'incrocio dei risultati. Il format è preceduto da una breve intestazione contenente la sequenza numerica dei test, l'oggetto d'indagine, ossia la destinazione d'uso del codice di prova. La scansione e la lettura dell'immagine-codice avviene grazie a smartphone e traffico internet a disposizione dell'utente remoto con possibilità di riconoscimento sia video in modalità telematica che su stampato da cartaceo. Le quattro sezioni del

20. S. Besana, *L'uso del QR Code come tecnologia didattica: uno studio esplorativo*, in «TD-Tecnologie Didattiche», 2010, 51, pp. 34-40.

21. <http://mobile.comune.fe.it/21/museo-civico-di-storia-naturale>.

format comprendono informazioni relative alla codifica (tipo di QR Generator, data della creazione, dimensione, *barcode type*, contenuto, *size* e titolo), alla decodifica (tipologia dello smartphone, tipologia sistema operativo, modello dispositivo es. iPhone 3, iPhone 4, iPhone 4s, iPhone 5) ed infine ai risultati, da cui sono scaturite le osservazioni. La stampa e l'acquisizione dei QR Code (per comune esperienza sia dei membri afferenti all'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale sia di quelli della Federazione Nazionale dei Pro Ciechi) è risultata migliore in termini di lettura con i dispositivi smartphone Android (tipo Samsung) piuttosto che con Apple (tipo iPhone), contro qualsiasi tipo di previsione.

Le caratteristiche condivise dall'intero team sono diventate ben presto i parametri standard per tutti i QR Code generati per il progetto *Museo Facile*. Per i supporti di comunicazione integrata i codici sono di tipo statici<sup>22</sup> e multimediali contenenti link permanenti di riferimento: hanno dimensioni massime complessive 4x4 cm e sono collocati in basso a destra per l'esplorazione tattile dei non vedenti agevolata dal riquadro sopraelevato per facilitarne l'orientamento.

Nei cartellini delle singole opere, invece, sono stati usati codici statici contenenti messaggi codificati bilingui sotto forma di testo alfanumerico di caratteri non superiori ai 300. Tutti i codici sono stati creati con i-Nigma, valido QR Generator reperibile gratuitamente sul web. Essi sono omidirezionali poiché hanno la capacità di essere riconosciuti dagli scan a 360° rimanendo leggibili anche nel caso vengano ruotati grazie ai segnaposti angolari o modelli di rilevamento della posizione, che garantiscono la stabilità del codice ed evitano contemporaneamente interferenze negative del fondo. Il punto di allineamento interno al QR Code garantisce invece l'esatta distanza del dispositivo ai fini della scansione con successivo segnale acustico da parte del QR Reader. Le condizioni necessarie per la lettura del codice sono: il rispetto degli standard internazionali (ISO)<sup>23</sup>, l'assenza di contenuti extra di disturbo come sfocature ai margini e l'alta qualità della stampa, l'impossibilità di modifiche e/o variazioni, la distanza dallo smartphone (dai 150 mm ai 182 mm). Dunque a fronte dei suddetti

22. I QR Code possono essere di tipo statico, gratuiti ma non modificabili, e di tipo dinamico – *visual code* – cromatici, modificabili e a pagamento.

23. [www.QRcode.com/en/about/standards.html](http://www.QRcode.com/en/about/standards.html).

accorgimenti, la fase di progettazione e creazione dei codici risulta essere importante tanto quanto quella di stampa<sup>24</sup>.

Il box di deposito virtuale scelto per i QR Code multimediali è un server<sup>25</sup> dedicato, creato ad hoc con capienza massima 100 megabit da motore *wordpress*<sup>26</sup>.

MARIA CRISTINA PELLONI<sup>27</sup>

### *QR Code per un Museo Facile. Le indagini preliminari*

Le indagini preliminari, avviate per l'individuazione di un sistema di comunicazione efficace per la mediazione di contenuti specifici delle collezioni nel Museo H.C. Andersen, hanno evidenziato come il QR Code si possa considerare una risorsa *open source* per la comunicazione museale. Sono stati anche individuati i QR Reader e i QR Generator più affidabili per supportare link con testi, video LIS, file audio per una vera e propria navigazione interattiva tramite i sistemi fotografici di smartphone e/o tablet.

La piattaforma di supporto per i contenuti multimediali dei codici di prova utilizzata è stata direttamente offerta dal portale unicas dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale a seguito della creazione di una voce nella pagina specifica dedicata al progetto<sup>28</sup>.

A tal fine fondamentali sono stati i momenti di verifica collettivi avvenuti il 12 febbraio 2014 presso la sede universitaria di Via Mazzaroppi (test n.1) e il 25 marzo 2014 presso quella di via Zamosch (test n.2). Dall'analisi dei casi di studio è stato possibile acquisire elementi di criticità ed elementi di segno positivo. Dal test n.1 condotto su un campione di 10 studenti dotati

24. Lo strumento QR Code è stato utilizzato con successo anche nella locandina della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, Campus Folcara, 8 maggio 2014) ai fini della promozione dell'evento e nella *brochure* di progetto.

25. [www.museofacile.unicas.it](http://www.museofacile.unicas.it). Il dominio di terzo livello è stato aperto grazie alla stretta collaborazione realizzatasi tra i referenti del Centro di Ateneo per i Servizi Informatici (CASI) dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in particolare l'ingegnere Maurizio Abbate, e il referente dei servizi informatici della Federazione delle Istituzioni Pro Ciechi, l'ingegnere Lucio Zito.

26. Wordpress è una piattaforma di editoria personale con propria estetica basata sugli standard dei siti web e dell'usabilità.

27. Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

28. <http://www.laboratori.unicas.it/museofacile/Ricerca-elaborati-prodotti/Prodotti/QR-Code>.



di smartphone di vari sistemi operativi è emerso che, su una batteria di 11 QQqQQr Generator scelti<sup>29</sup>, la quasi totalità di generatori creano in maniera ottimale i codici di prova con riconoscimento chiaro e veloce attraverso i lettori Scan e Neo Reader. QR Stuff e Raco Industrie non sono risultati soddisfacenti poiché non permettono la decodifica. MyQr.co, seppur possieda una grafica lineare e creativa, non permette l'accesso ai link incorporati nel codice di prova.

Il test n.2 è stato condotto su un campione di 10 studenti, 7 dei quali hanno utilizzato più di un'applicazione per effettuare le scansioni sui codici generati con i-Nigma in tre *size*: small, medium e large. Sono state effettuate 8 scansioni con i-Nigma, 4 con Neo Reader, 2 con QR Droid, 2 con Scan e 1 con QR Reader preinstallato.

In conclusione, i due lettori più utilizzati dagli studenti in base alle note analizzate in fase di raccolta e incrocio dei dati sono stati i-Nigma e Neo Reader per sistemi operativi iOS, Android, Blackberry, Symbian e Windows Phone.

LUCA VERRECCHIA<sup>30</sup>

*QR Code per un Museo Facile. L'individuazione dell'applicazione informatica*

Il campo d'indagine sperimentale ha evidenziato sin dall'inizio come il codice bidimensionale sia solitamente utilizzato come rimando a siti, immagini e altro, dopo averlo scansionato con uno smartphone. L'obiettivo del gruppo di lavoro è stato quello di sfruttare al meglio le potenzialità del QR Code come strumento informativo e comunicativo.

A tal fine sono state analizzate scrupolosamente varie applicazioni, QR Reader e QR Generator, sugli *store* (negozi virtuali di servizi) realizzati da aziende che permettono agli utenti remoti di usufruirne gratuitamente o dietro pagamento di modestissimi importi. La scelta dell'applicazione doveva essere dettata da alcune linee guida da rispettare: semplice in termini di utilizzo e molto rapida nella cattura dei codici QR.

29. Kaywa, Qr Stuff, goQR.me, Kerem Erkan, Unitag, Terry Burton, Barcode Generator, Good Surverey, Create Qr Code, Raco Industrie,, myQR.co.

30. Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

Grafico 1. Indagine sulla compatibilità dell'applicazione con il Voice Over. Tabella riepilogativa dei risultati

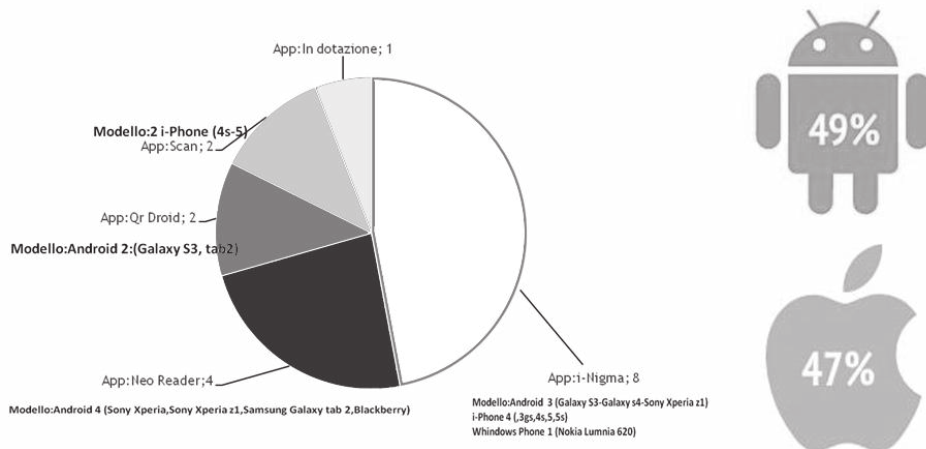
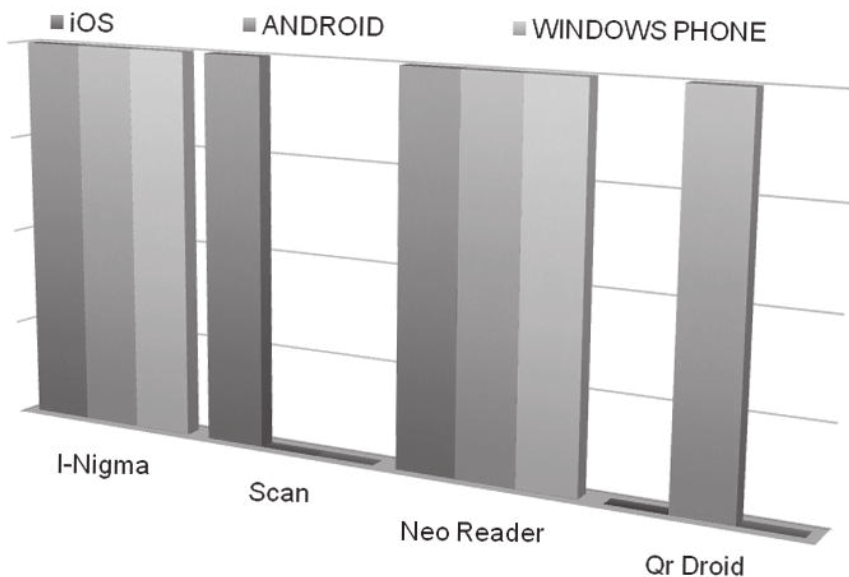


Grafico 2. Indagine sulla compatibilità dell'applicazione con il Voice Over. Grafico a barre verticali

| Compatibilità | I-Nigma | Scan | Neo Reader | Qr Droid |
|---------------|---------|------|------------|----------|
| iOS           | ✓       | ✓    | ✓          | ×        |
| ANDROID       | ✓       | ×    | ✓          | ✓        |
| WINDOWS PHONE | ✓       | ×    | ✓          | ×        |



L'attenzione si è focalizzata su tre applicazioni: i-Nigma, Scan, Neo Reader. La priorità è stata quella di riuscire a trovare il QR Reader migliore per gli I-Phone, unici dispositivi dotati di *Voice Over*, tecnologia assistita per i non vedenti come impostazione nativa del sistema iOS<sup>31</sup> (grafici 1-2).

Il team si è concentrato in particolare sulla valutazione dei QR Reader contattando, laddove si è reso necessario, gli sviluppatori informatici delle applicazioni per chiederne la sovrascrittura di modifiche sui relativi software, con riscontri non sempre positivi. È il caso dell'applicazione i-Nigma, disponibile gratuitamente per sistemi Android, Windows e iOS, per la quale non è stato ad oggi registrato alcun feedback. Essa è risultata comunque il miglior lettore e generatore di codici per la sua reattività e la sua capacità di acquisizione veloce con un rilevamento immediato a prescindere dalla posizione e distanza dello smartphone. Inoltre, essa è in grado di scansionare anche i tradizionali codici a barre supportando più di seicento tipi di cellulari. Mentre l'applicazione Scan – disponibile solo per dispositivi iOS a pagamento – offre la possibilità di sincronizzare la cronologia con il cloud dell'account che si sta utilizzando anche con collegamento a pc.

Ottima alternativa a i-Nigma, anche se non pienamente compatibile con il *Voice Over*, è Neo Reader, disponibile sulle tre piattaforme considerate. Quest'applicazione permette la doppia scelta del browser di utilizzo: predefinito (interno allo smartphone) o proprio del QR Reader.

Solo a questo punto, con la piena disponibilità dimostrata dagli informatici per l'aggiornamento richiesto dell'applicazione, si è potuto valutare all'unanimità Neo Reader come miglior lettore di codici QR. Grazie alla soluzione raggiunta, il Museo Hendrik Christian Andersen può vantare la fruizione di QR Code funzionanti a pieno regime all'interno dei propri apparati comunicativi.

31. Il *Voice Over* è un lettore di schermo basato sui gesti che permette di godere di ogni funzione di iOS, anche per i non vedenti. Per poterlo attivare basta fare triplo click sul pulsante *Home*. Segue una descrizione sotto forma di lettura vocale con le più svariate informazioni: dal livello di carica fino al contatto in chiamata. La funzione consente di conoscere tutti i dati contenuti nel display corrente corrispondenti alla posizione del dito in quel dato momento. È possibile anche regolare la velocità e l'intonazione del parlato nel caso del riconoscimento vocale per avviare i comandi. Cfr. <https://www.apple.com/it/accessibility/ios/voiceover/>.

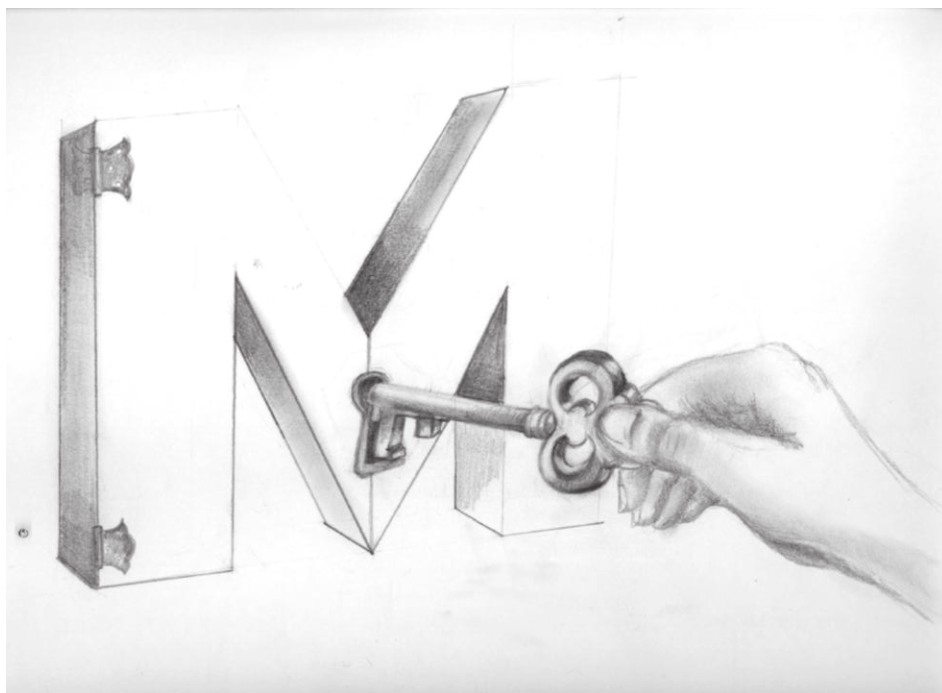


Fig. 3. Disegno per il logo Museo Facile (autore: Stefania Vitti)



Fig. 4. Logo Museo Facile

STEFANIA VITTI<sup>32</sup>

### *Un logo per Museo Facile*

Cercare l'originalità è sicuramente importante per distinguersi e farsi riconoscere, ma non è necessario puntare su effetti speciali complicati: il logo deve essere funzionale ed efficace.

L'idea del logo per il progetto *Museo Facile* nasce dalla specifica esigenza di concentrare in un'unica immagine questi criteri fondamentali, e contemporaneamente veicolare, attraverso la comunicazione visiva, il messaggio che il progetto stesso vuole trasmettere nell'immediata percezione: promuovere la fruizione del museo da parte di tutti i pubblici e favorire l'accesso culturale di quanti presentano difficoltà specifiche. Era quindi necessario creare un simbolo di facile comprensione soprattutto in funzione della tipologia di destinatari cui era rivolto.

Per l'efficacia della comunicazione è fondamentale la funzionalità degli elementi e, nella fattispecie, i simboli utilizzati per il logo sono la lettera M, una chiave ed una mano, ognuno con uno specifico valore semantico rappresentato all'interno dell'immagine.

Ad esempio, la M indica sia la parola sia il concetto di «Museo». La chiave è stata volutamente creata a forma di F, con lo scopo di designare la parola «Facile» e al contempo la funzione propria dell'oggetto che è quella di aprire le porte del museo.

E, infine, la mano che rappresenta il destinatario al quale viene offerta la possibilità di avere 'a portata di mano' la chiave che gli permetterà di accedere al patrimonio culturale.

Nella prima fase di progettazione, il logo è stato disegnato a matita senza indicare una precisa scelta cromatica (fig. 3). In seguito, con la realizzazione grafica affidata all'architetto Lorenzo Mattone (fig. 4), si è proceduto alla scelta definitiva dei caratteri e dei colori, in armonia con l'immagine coordinata del progetto.

32. Corso di laurea magistrale in Teorie e Tecniche della Comunicazione e dell'Informazione, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

GIANLUCA LAUTA\*

## L'esperienza di tirocinio: la semplificazione dei testi del Museo H.C. Andersen

Il museo romano Henrik Christian Andersen è stato scelto di comune accordo dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e dall'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, grazie anche alla disponibilità della direttrice, Matilde Amaturò, come apripista del progetto *Museo Facile*. I tirocinanti hanno potuto migliorare in vari modi l'accessibilità al Museo, anche esercitandosi nella semplificazione dei testi. L'Andersen ha caratteristiche diverse rispetto alla pinacoteca del Castello Sforzesco di Milano, oggetto di indagine da parte di chi scrive in questo stesso volume<sup>1</sup>. Non abbiamo qui, infatti, un sovraffollamento di materiali, ma piuttosto un problema opposto di scarsità di informazioni. Per quanto significativo, Andersen è uno scultore minore della prima metà del Novecento, al quale si è interessato un manipolo davvero ristretto di studiosi: esistono su di lui tre monografie<sup>2</sup> ed è stato inoltre dato alle stampe il carteggio con Henry James<sup>3</sup>; non risultano, però, studi analitici sulle sue opere. L'asciuttezza della bibliografia ha posto qualche problema ai tirocinanti, soprattutto nella preparazione dei pannelli descrittivi, quelli in cui cioè si cerca di far apprezzare all'utente l'opera che ha sotto gli occhi. Le notizie comunque presenti nei testi sono frutto della fusione di diversi materiali, messi gentilmente a disposizione dei tirocinanti dalla direttrice del Museo.

I tirocinanti hanno preparato diversi pannelli e hanno rivisto l'intero sistema della cartellonistica del Museo. Nelle prossime pagine presen-

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

1. Cfr. G. Lautà, *I problemi linguistici di Museo Facile: tra semplificazione lessicale e adattamento testuale*, *infra*.

2. Cfr. F. Fabiani, *Hendrik Christian Andersen: la vita, l'arte, il sogno. La vicenda di un artista singolare*, Roma 2003; *Museo Hendrik Christian Andersen*, a cura di E. Di Majo, Milano 2008; A. Ciotta, *La cultura della comunicazione nel piano del centro mondiale di Hendrik Ch. Andersen e di Ernest M. Hébrard*, Milano 2011.

3. H. James, *Amato ragazzo. Lettere a Hendrik Christian Andersen 1899-1915*, a cura di R. Mamoli Zorzi, Venezia 2000.

teranno un solo esempio di pannello semplificato (*Il Centro Mondiale di Comunicazione*); il pannello è accompagnato da un commento, che i tirocinanti firmano tutti insieme, in cui sono spiegati i criteri che li hanno guidati nella stesura del testo.

TAMARA BARIS, MIRIAM MIELE, LAURA SATURNINO, MARTA TOTI<sup>4</sup>,  
DORIANA CARDILE, FEDERICO FIORINI<sup>5</sup>

*Il pannello Museo Facile per Il Centro Mondiale di Comunicazione  
Indagini preliminari e metodologia*

I pannelli *Museo Facile* hanno preso forma a partire da diversi materiali preesistenti che abbiamo potuto consultare grazie alla direttrice del Museo Andersen, Matilde Amaturò. Il nostro compito non è stato quindi quello di semplificare la lingua e lo stile di un singolo pannello, quanto quello di mettere insieme in modo coerente le informazioni che venivano via via raccogliendo: non molte, riguardo alle singole opere, ma più che sufficienti riguardo al *Centro Mondiale di Comunicazione* e alla *Fontana della Vita*. Il livello di semplicità del nostro scritto non potrà essere misurato, quindi, in rapporto a un testo di partenza; illustreremo però i requisiti che lo hanno reso (o dovrebbero averlo reso) ‘facile’. In questa scheda effettueremo un’analisi linguistica del primo dei due pannelli qui presentati (figg. 1-2).

Il testo, che richiede un tempo di lettura di circa 2 minuti, presenta una serie di caratteristiche di *editing* non apprezzabili in questa sede (carattere, calibro, colore) che agevolano la lettura. L’intero scritto è ridotto a pochi nuclei informativi; tra le varie opzioni abbiamo scelto il modello maieutico (domanda/risposta), per dare massimo risalto ai temi che venivano via via trattando (le domande svolgono anche la funzione di ‘titoli’ di ogni singolo blocco informativo).

Effettueremo le misurazioni di leggibilità solo sul primo pannello (quello che descrive *Il Centro Mondiale di Comunicazione*); la struttura lessicale del testo – ci basiamo sul *GRADIT* – è la seguente (le abbreviazioni sono quelle consuete: Fo ‘fondamentale’, AU ‘alto uso’, AD ‘alta disponibilità’ Co ‘comune’) (tabelle 1-2).

4. Corso di laurea magistrale in Lettere, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

5. Corso di laurea triennale in Lettere, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.



Fig. 1. Scheda di sala sul Centro Mondiale di Comunicazione (recto)

Che cos'è il Centro Mondiale di Comunicazione?

Il **Centro Mondiale di Comunicazione** è un progetto ideato dallo scultore Hendrik Christian Andersen e dall'architetto Ernest Hébrard, tra il 1901 e il 1911.

Il progetto fu presentato in un volume pubblicato nel 1913, intitolato **Creation of a World Centre of Communication**.

Il Centro non fu mai costruito: rimangono solo i progetti della struttura urbana, i disegni degli edifici e alcune sculture.

**Quale doveva essere la funzione del Centro Mondiale di Comunicazione?**

Intenzione degli autori era accogliere presso il **Centro** i migliori prodotti intellettuali dell'umanità, sia in ambito scientifico sia in quello artistico.

In questo luogo ideale, la comunicazione sarebbe stata al servizio del Bene, del Progresso tecnologico e della Civiltà.

Il **Centro** era suddiviso in tre aree: il **Centro Olimpico**, il **Centro Artistico** ed il **Centro Scientifico**. Il **Centro Olimpico** avrebbe accolto uno stadio, palestre, piscine e, all'ingresso, due statue giganti di un uomo e di una donna con una fiaccola in mano. Il **Centro Artistico** avrebbe ospitato un **Palazzo delle Belle Arti**, gallerie, biblioteche, scuole, teatri e giardini botanici e, ai lati di essi, due cattedrali. In mezzo alla piazza principale sarebbe stata collocata la **Fontana della Vita**. Il **Centro Scientifico**, invece, sarebbe stato destinato ai **Palazzi dei Congressi Scientifici**, al **Tempio delle Religioni** e alla **Corte di Giustizia**.

Tutto era completato da una imponente **Torre del Progresso**, in cima alla quale doveva trovarsi una gigantesca antenna di trasmissione. All'interno doveva collocarsi il **Centro di Stampa Mondiale** che avrebbe avuto il compito di divulgare i progressi della scienza.

**Dove si pensava di costruire il Centro Mondiale di Comunicazione?**

Andersen ed Hébrard non individuavano il luogo in cui costruire il **Centro Mondiale di Comunicazione**. In un primo momento avevano pensato di realizzarlo nella pacifica Svizzera o in Belgio, perché il progetto era stato condiviso e appoggiato idealmente dal premio Nobel per la pace Henri Lafontaine e dal pacifista Paul Otlet, entrambi di origine belga.

**Perché uno scultore come Andersen si avventurò in un progetto così grandioso?**

Tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, molti architetti proposero piani urbanistici di "città ideali", simili per molti aspetti al **Centro Mondiale** di Andersen. Tra questi l'architetto finlandese Eiel Saarinen per Helsinki e il celebre architetto urbanista svizzero-francese Le Corbusier. Non si trattava di città immaginarie, ma di progetti particolareggiati con i quali si sperava di offrire nuovi servizi pubblici ai cittadini, delineando spazi comuni dedicati ad attività di ingegno e di ricreazione. Il tema fondamentale di questi progetti era sempre quello della convivenza pacifica tra gli uomini.

Il Centro Mondiale di Comunicazione

Fig. 2. Scheda di sala sul Centro Mondiale di Comunicazione (verso)



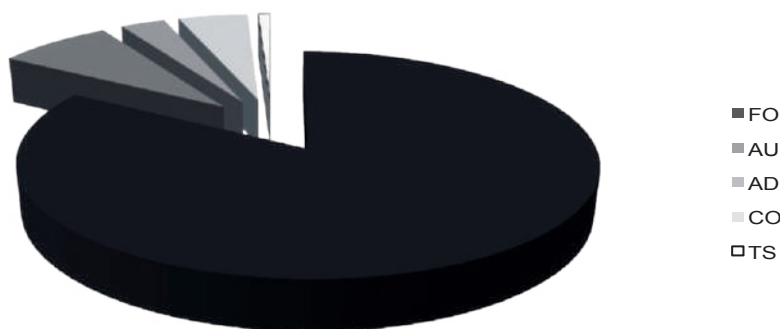
Tabella 1.

|    |  |
|----|--|
| Fo | Che cos'è il centro mondiale di comunicazione il centro mondiale di comunicazione è un progetto dallo e dall'architetto tra il e il il progetto fu presentato in un nel il Centro non fu mai costruito rimangono solo i progetti della i disegni degli e alcune quale doveva essere la funzione del centro mondiale di comunicazione. intenzione degli era accogliere presso il centro i migliori prodotti dell'umanità sia in sia in quello in questo luogo ideale la comunicazione sarebbe stata al servizio del bene del e della civiltà il centro era in tre aree il il e il il avrebbe accolto uno e all'ingresso due statue di un uomo e di una donna con una in mano il avrebbe un palazzo delle belle arti scuole teatri e giardini e ai lati di essi due in mezzo alla piazza principale sarebbe stata la il invece sarebbe stato destinato ai ai e alla tutto era completato da una in cima alla quale doveva trovarsi una all'interno doveva il centro mondiale che avrebbe avuto il compito di i della scienza dove si pensava di costruire il centro mondiale di comunicazione e non luogo in cui costruire il centro mondiale di comunicazione in un primo momento avevano pensato di realizzarlo nella o in perché il progetto era stato appoggiato il dal premio e dal entrambi di perché uno come in un progetto così tra la fine dell e l'inizio del molti architetti proposero piani di città ideali simili per molti aspetti al centro mondiale di tra questi l'architetto e il celebre architetto svizzero-francese non si trattava di città ma di progetti con i quali si sperava di offrire nuovi servizi pubblici ai cittadini spazi comuni ad attività di e di il tema fondamentale di questi progetti era sempre quello della tra gli uomini |
| AU | Ideato pubblicato intitolato struttura urbana edifici autori intellettuali artistico progresso giganti ospitato gallerie biblioteche collocata imponente gigantesca collocarsi progressi pacifica condiviso e appoggiato origine grandioso immaginarie ingegno pacifica  |
| AD | Scultore sculture scientifico stadio palestre antenna di trasmissione belga scultore finalIndese ricreazione convivenza  |
| CO | Volume ambito tecnologico suddiviso piscine fiaccola botanici cattedrale divulgare individuarono idealmente pacifista si avventurò particolareggiati delineando dedicato   |
| TS | Botanico urbanistico urbanista   |

Tabella 2. (forme utili: 362)

|    |     |       |
|----|-----|-------|
| Fo | 303 | 83,70 |
| AU | 28  | 7,74  |
| AD | 11  | 3,04  |
| CO | 17  | 4,70  |
| TS | 3   | 0,82  |

Grafico 1. Pannello Il Centro Mondiale di Comunicazione



Circa il 95% delle forme da noi usate appartiene al vocabolario di base (grafico 1). Il testo contiene i soli termini scientifici *botanico*, *urbanistico* e *urbanista*; la prima è anche una forma del vocabolario comune; il significato della seconda è fortemente suggerito dal contesto e dall'aggettivo *urbano*, che appartiene al lessico fondamentale. Anche le forme del vocabolario comune (quelle cioè la cui conoscenza da parte degli utenti è meno sicura) sono state scelte quasi sempre con il criterio, si potrebbe dire, del 'richiamo morfologico': *idealmente* è suggerito da *ideale*, *avventurarsi* da *avventura*, *pacifista* da *pace*. Negli altri casi, pur disponendo di un sinonimo più semplice si è preferito, per ragioni di tenuta stilistica del testo, mantenere la forma più elevata: *volume* 'libro', *ambito* 'campo', *cattedrale* sostituibile con 'grande Chiesa' o con un'espressione simile. Riteniamo che, per quanto semplificato, il testo debba anche essere occasione di arricchimento lessicale per un lettore medio; per questa ragione abbiamo dato libero accesso ad alcune parole che si innalzano leggermente al di sopra del *sermo humilis*: l'utente che ignora il significato della parola *volume* avrà una buona occasione di apprendimento. Le indicazioni del *GRADIT* sono state per noi una bussola essenziale, ma non abbiamo voluto lasciarci condizionare da una 'burocrazia della semplicità'; non ci siamo sentiti obbligati a scrivere sempre *libro* al posto di *volume*, *campo* al posto di *ambito*, e così via.

Nel testo figurano pochissimi nomi propri. La carenza di nomi propri costituisce un limite, proprio come il loro eccesso, e va oltre le nostre

intenzioni di semplificazione: il testo potrà essere certamente migliorato quando disporremo di studi più puntuali sullo stile di Andersen.

Un buon test per verificare il grado di leggibilità del testo è costituito dal cosiddetto indice Gulpease, un metodo computativo basato su una formula che mette in relazione la lunghezza delle parole con la lunghezza dei periodi di un testo<sup>6</sup>. La formula è  $89 - (Lp/10) + (3 \times Fr)$ , dove  $Lp = (100 \times \text{totale lettere}) / \text{totale delle parole}$ ;  $Fr = (100 \times \text{totale frasi}) / \text{totale delle parole}$ . Il risultato va da zero (leggibilità minima) a cento (leggibilità massima).

Se applichiamo tale formula al nostro testo otteniamo un punteggio di circa 50, un discreto livello di leggibilità, se si tiene conto del fatto che le parole lunghe abbassano sensibilmente il risultato: nel nostro testo abbiamo usato più volte, per esempio (e non potevamo fare diversamente), le forme *mondiale* (8 caratteri) e *comunicazione* (13 caratteri).

Nell'insieme abbiamo valutato che il testo, che ha superato in modo accettabile le prove di leggibilità a cui lo abbiamo sottoposto, avesse tutti i requisiti – sempre tenendo conto della difficoltà intrinseca della materia trattata – del testo facile e lo abbiamo messo a disposizione del Museo per l'allestimento del pannello.

6. Alcune applicazioni di tale indice si trovano, per esempio, in F. Rossi, F. Ruggiano, *Scrivere in italiano. Dalla pratica alla teoria*, Roma 2013.

MARINA DI BERARDO\*

## Andare al museo... tornare a casa. Processi formativi per l'Hendrik Christian Andersen di Roma

### *Educazione di qualcuno... verso qualcuno?*

La necessità di ripensare i dispositivi di mediazione e le attività relative ai contenuti del Museo H.C. Andersen – nell'ambito del *design* complessivo di comunicazione integrata del progetto *Museo Facile* e in linea con le finalità istituzionali del Centro per i Servizi Educativi<sup>1</sup> – ha condotto alla progettazione di un contesto di fruizione e interazione, 'da parte dei' e 'con' i vari pubblici<sup>2</sup>, orientato a promuovere il ruolo del museo come *hub* di diffusione culturale e come attrattore per la qualificazione e la 'riconoscibilità' del territorio di riferimento.

Le azioni hanno intercettato, attraverso approcci interculturali<sup>3</sup>, creazione di contenuti espressivi<sup>4</sup> ed esperienze multisensoriali<sup>5</sup>, un insieme di dimensioni sociali, il cui coinvolgimento – unitamente alla progettazione

\* Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

1. In quanto prototipo dei centri di studio e ricerca previsti dal *Codice dei beni culturali e del paesaggio* (D. Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, artt. 118-119), il Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo costituisce un servizio di coordinamento nazionale volto a rendere attuali, dal punto di vista operativo, le implicazioni del patrimonio in termini di sviluppo della cittadinanza e integrazione sociale e a sostenere le attività dei Servizi educativi statali presenti sul territorio, diffondendone e promuovendone le esperienze formative. In merito cfr.: *Commissione di studio per la didattica del museo e del territorio* (D.M. 16.3.1996); *Récommandation N° R (98) 5 du Comité des Ministres aux Etats membres relative à la pédagogie du Patrimoine*, 17 marzo 1998; Ministero per i Beni Culturali e Ambientali e Ministero della Pubblica Istruzione, *Accordo-Quadro*, 20 marzo 1998, artt. 1- 2; *Istituzione del Centro per i Servizi Educativi del Museo del Territorio* (D.M. 15.10.1998); Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, *Protocollo d'intesa*, 28 maggio 2014-[http://www.istruzione.it/allegati/2014/protocolloMIUR\\_MIBACT280514.pdf](http://www.istruzione.it/allegati/2014/protocolloMIUR_MIBACT280514.pdf).

2. P. Meyer-Bisch, *La qualità dell'educazione: la realizzazione di un diritto culturale nell'indivisibilità dei diritti dell'uomo*, Documenti di Sintesi DS 17 27.04.09-<http://www.unifr.ch/iiedh/assets/files/DS/DS17-qualitaeducazione-it.pdf>; N. Simon, *The participatory museum*, 2010- <http://www.participatorymuseum.org/read/>.

3. A. Fracassi, *Proposte di laboratori didattici per il Museo H.C. Andersen, infra*.

4. M.R. Giocondo, *Accessibilità ed educazione al patrimonio culturale. Un'ipotesi di lavoro, infra*.

5. E. Marocco, *Museo Facile per Conversazioni d'arte, infra*.

dei tempi e della sostenibilità dei *format* laboratoriali, all'assunzione di logiche di progettazione inclusive – ha inteso produrre risultati di ampliamento delle conoscenze, partecipazione e auto-realizzazione, atti a fornire supporto e adesione alla *mission* del Museo.

La progettazione didattica è andata perseguendo l'idea di fornire un contributo al mutamento della *leadership* dell'istituzione, in termini di vivibilità degli spazi e risposta a tematiche sensibili come formazione permanente, migrazione, disabilità, invecchiamento e marginalizzazione.

L'innovazione ne costituisce progressivamente l'orizzonte.

Si spostano i confini tra autorialità e titolarità: dove iniziano i pubblici?

ALESSIO FRACASSI<sup>6</sup>

*Proposte di laboratori didattici per il Museo H.C. Andersen*

In un'ottica di comunicazione integrata, declinata nell'intento di favorire l'accesso al museo di tutte le categorie di pubblici, e in particolare di quanti manifestano difficoltà linguistiche, si è reso necessario anche formulare una nuova serie di proposte laboratoriali e didattiche.

Durante la progettazione dei laboratori si è tenuto particolarmente in considerazione il fatto che la maggior parte delle opere della collezione ruota attorno all'utopico progetto del *World Centre of Communication*, che, nell'immaginazione di H.C. Andersen, doveva configurarsi quale sede esente da qualunque forma di conflitto – fosse esso di natura sociale o politica – grazie allo sviluppo delle arti, delle scienze, della cultura in generale e in virtù dei rapporti di amicizia e cooperazione che dovevano governarla<sup>7</sup>.

Riguardo alla dimensione familiare e affettiva, le proposte educative mirano a far sentire il visitatore 'a casa' e a farlo riflettere su come il concetto di 'sentirsi a casa' sia relativo in un momento in cui molte persone sono costrette ad abbandonare la propria terra di origine o a vederne le continue trasformazioni.

Il museo costituisce dunque una risorsa educativa per i valori di cui si può fare e si fa portavoce.

6. Università degli Studi della Tuscia, Viterbo.

7. Per avere un quadro dell'intero progetto si veda H.C. Andersen, E.M. Hébrard, *Creation of a World Centre of Communication*, Paris 1913.

Oltre allo studio della collezione, è necessario considerare alcuni aspetti essenziali.

Innanzitutto gli approcci, inerenti alle metodologie relative all'apprendimento. I più recenti studi sulla didattica museale<sup>8</sup> individuano quattro diversi approcci che conducono a quattro diversi modi di progettare lo spazio museale, gli apparati comunicativi, nonché tutte quelle attività legate alla diffusione del sapere: quello istruttivo/didattico<sup>9</sup>, l'apprendimento per scoperta<sup>10</sup>, quello comportamentista<sup>11</sup> ed infine quello costruttivista<sup>12</sup>. Quest'ultimo approccio – in virtù della maggiore attenzione che riserva al soggetto che apprende, cercando di renderlo vero protagonista dell'esperienza museale – sta alla base delle proposte educative elaborate per il Museo Andersen.

L'analisi della presente offerta didattica del Museo, delle fasce di pubblico cui si rivolge, degli obiettivi che intende perseguire, nonché della sua efficacia costituisce una premessa essenziale. L'attuale bacino d'utenza è costituito principalmente dal pubblico in età scolare, per il quale è predispesa la gran parte delle attività<sup>13</sup>. Il Museo si rivolge inoltre al pubblico

8. Si rimanda ai contributi di E. Hooper-Greenhill, *Museum and education. Purpose, pedagogy, performance*, London 2007; *Ead.*, *The educational role of museum*, London 2008; G.E. Hein, *Learning in the museum*, London 1998; G.E. Hein, *The Constructivist Museum*, «Journal for Education in Museum» XVI (1995), pp. 1-15; L. Cataldo, M. Paraventi, *Il museo oggi. Linee guida per una museologia contemporanea*, Milano 2007; C. Lollobrigida, *Introduzione alla museologia. Storia, strumenti e metodi per l'educatore museale*, Firenze 2010.

9. Il museo si considera quale sede di un sapere che va dispensato ad un pubblico di spettatori passivi e prevede un approccio verticale all'apprendimento senza dare ai visitatori nessuna libertà di poter intervenire attivamente in questo processo.

10. Esso si propone di coniugare l'obiettivo educativo con quello di intrattenere il pubblico e riconosce al visitatore un ruolo attivo nel processo di apprendimento.

11. Il museo è un luogo dove si apprende rispondendo in maniera appropriata a determinati stimoli cui il visitatore è sottoposto e la conoscenza deriva dalla somma di tutte le risposte che si manifestano quali conseguenze dei vari stimoli.

12. Il museo si considera un luogo dove il visitatore ha la possibilità di fare la propria e personale esperienza di apprendimento, costruendo da sé la conoscenza a misura della sua personalità, delle sue aspettative e del proprio modo di apprendere.

13. Alla scuola primaria e secondaria inferiore si rivolgono i progetti *La mia casa è un Museo*; *La Scultura: dare forma allo spazio* e *Città reali, Città immaginarie*, che prevedono giochi, teatralizzazioni, incontri con artisti contemporanei, attività grafiche, momenti di riflessione e di discussione. Per gli studenti della scuola media superiore è previsto *Immagine-scrittura: ritratto e biografia di Olivia Cushing*, che propone ai ragazzi di leggere e tradurre alcuni passi dei diari di Olivia Cushing e di redarre la sua biografia. Sempre rivolti agli studenti delle superiori sono stati due progetti tenuti tra il 2009 e il 2010: *Is'Andersen*, che li ha visti cimentarsi nella costruzione di alcuni elementi di arredamento poi utilizzati dal Museo per svolgere le attività rivolte alla scuola

degli adulti programmando numerose mostre temporanee ed eventi di vario genere<sup>14</sup>: è inoltre previsto un percorso sensoriale per il pubblico degli ipo e non vedenti.

Sulla base di quella che è la situazione fin qui delineata interviene il progetto *Museo Facile*.

Pur nella loro specificità, le proposte avanzate sono accomunate da una serie di finalità generali, di norma alla base di ogni intervento di didattica museale: è infatti interesse di ciascuna azione progettuale istituire un rapporto di familiarità tra il pubblico e il museo; potenziare la cooperazione attraverso lo scambio di domande, informazioni e ipotesi interpretative; sensibilizzare la responsabilità di ognuno nella tutela del patrimonio culturale; promuovere il diritto alla cultura come fattore strategico di cittadinanza e di integrazione sociale; offrire conoscenze tecniche e saperi interdisciplinari utili ai fini di un avvicinamento alle altre culture.

In particolare, gli interventi mirano a: trasformare l'esperienza museale in un'esperienza socioculturale<sup>15</sup>, fidelizzare nuove fasce di pubblico<sup>16</sup>, far conoscere il patrimonio del Museo in chiave interculturale nonché creare e sviluppare la consapevolezza della diversità intesa come valore.

Fra i punti di forza del ciclo di attività educative, molta rilevanza è stata data ai temi dell'intercultura.

Ai bambini della scuola primaria si rivolge il progetto *Dovunque sono a casa*. Si effettua una visita 'istituzionale' agli ambienti del Museo, durante la quale, in relazione al vissuto dell'artista stesso, si tratterà un parallelo tra

primaria; e *Teatr'Andersen*, che li ha coinvolti nella preparazione e realizzazione di uno spettacolo di burattini sulla vita di Andersen.

14. Si tratta essenzialmente di visite guidate gratuite e laboratori predisposti *ad hoc* in concomitanza di particolari eventi, come le *Rassegne del Contemporaneo* o le *Giornate Europee del Patrimonio*.

15. Tale finalità è una tra le più importanti nel contesto del progetto *Museo Facile*. Soprattutto in ragione delle frequenti migrazioni avvenute nel nostro Paese, ma anche delle comunità straniere giunte in Italia negli ultimi anni, fattore che molto spesso comporta ancora la perdita delle proprie radici socio-culturali da parte di individui e gruppi che hanno abbandonato le proprie culture d'origine, si è ritenuto opportuno fare del museo un luogo dove poter riallacciare questo genere di legami.

16. Tra le nuove categorie di pubblico individuate come potenziali destinatari ci sono gli stranieri e gli immigrati presenti nella città di Roma, in quanto «il patrimonio culturale, pur educando per eccellenza alla coscienza della propria identità e al riconoscimento delle proprie radici, non solo non è in opposizione, ma è alla base dell'educazione interculturale e multiculturale, in quanto abitua e sensibilizza al riconoscimento delle molteplici diversità di cui esso è portatore» (L. Branchesi, *La Pedagogia del Patrimonio in Europa*, in *Mnemosyne a scuola. Per una didattica dai beni culturali*, a cura di M. Costantino, Milano 2001, p. 115).

la figura di H.C. Andersen e quella dello straniero<sup>17</sup>. In seguito i bambini realizzeranno un disegno della loro città di origine, con gli elementi che a loro parere la caratterizzano e la rendono 'la loro città', quindi dovranno ritagliare quegli elementi essenziali che caratterizzano i disegni per poi incollarli su un grande cartellone al fine di creare una sorta di unica grande città.

Per la scuola secondaria di primo grado è stato elaborato il progetto *Questa è la mia casa*. Focalizzandosi sulla dimensione familiare che caratterizza il Museo<sup>18</sup>, i bambini dovranno ricreare una stanza della loro casa com'è realmente o come vorrebbero che fosse.

Agli studenti della scuola secondaria di secondo grado è dedicato il progetto *Simboli di pace*. Analizzando principalmente la *Fontana della Vita*, che rappresenta il centro del *World Centre of Communication*, intesa da H.C. Andersen quale centro propulsore della pace, viene chiesto ai ragazzi di documentarsi su quali sono i simboli e i manufatti presso popolazioni di altre culture che rappresentano la pace; in un secondo momento dovranno reperire del materiale fotografico e realizzare dei pannelli didattici, da esporsi nei locali della scuola, dove saranno inquadrati brevemente i caratteri delle culture da loro approfondite, spiegato il tema della pace e infine presentati quegli oggetti, che sono espressione del suddetto tema.

Agli adulti, sotto il nome di *Multiculturando*, saranno dedicate una serie di conferenze che presenteranno la vita di diversi artisti – viventi e non – che, come H.C. Andersen, o per propria volontà o per motivazioni personali o ancora per costrizioni esterne, hanno abbandonato la propria terra di origine per trasferirsi nella città di Roma e che trattano del tema dell'immigrazione e delle principali comunità straniere presenti nella città. Al termine del ciclo di conferenze è il pubblico partecipante a suggerire e preparare ulteriori incontri sullo stesso tema o sulla propria comunità di appartenenza.

Infine è stato studiato un progetto per gli anziani. A loro è rivolto *La mia vita al museo*, che, rispetto agli obiettivi generali e specifici delineati in

17. In questo modo si cercherà di stimolare una riflessione su ciò che accomuna e divide al tempo stesso la figura di H.C. Andersen e quella dello straniero di oggi, analizzando il contesto, le motivazioni personali o di altra natura che spingono una persona ad abbandonare la propria terra di origine.

18. Presentandolo dunque quale luogo dove l'artista risiedeva, dove viveva i suoi affetti, i fatti di vita quotidiana, ricorrendo anche a fotografie che mostrano Andersen in compagnia dei suoi cari e dei suoi amici all'interno della casa.



precedenza, mira a stimolare la memoria a lungo termine e la dimensione affettiva di ciascun partecipante e a valorizzare la figura dell'anziano come portatore di esperienze. Creando un percorso museale che guarda principalmente al mondo degli affetti familiari, nonché alla memoria e al ricordo del proprio passato, si focalizza l'attenzione sui rapporti familiari dell'artista avendo a disposizione fotografie d'epoca o leggendo estratti di documenti storici (come ad esempio le lettere tra H.C. Andersen e il poeta Henry James); proprio i partecipanti possono così cimentarsi nella scrittura a un ipotetico amico di lettere all'interno delle quali si possono raccontare esperienze ritenute tra le più significative del vissuto individuale, con il possibile supporto di materiali e di ricordi appartenenti a ciascun partecipante<sup>19</sup>.

MARIA ROSARIA GIOCONDO<sup>20</sup>

*Accessibilità ed educazione al patrimonio culturale. Un'ipotesi di lavoro*

Sulla base dei parametri di accessibilità fisica e cognitiva al museo<sup>21</sup>, il progetto *Museo Facile* mira all'educazione al patrimonio culturale e, nello specifico, ai rapporti con il pubblico (figg. 1-2).

La categoria interessata da questo intervento è il pubblico adulto, tipologia tra le principali del Museo H.C. Andersen. Sono state ideate tre diverse tipologie di esperienze didattiche e un questionario da proporre al pubblico adulto di madrelingua italiana con aspetti di analfabetismo funzionale e di ritorno<sup>22</sup>.

Nel corso di una lezione-incontro al Museo si presentano la vita e l'opera di Andersen, evidenziando aspetti specifici come i legami familiari – da riprendere poi nel laboratorio – che hanno condizionato la produzione

19. Nel corso del progetto si pensa non soltanto di far sentire il Museo come casa ma anche di farlo vivere seriamente in questo modo. Per far sentire veramente i partecipanti accolti tra le sue mura, il Museo potrebbe offrire la possibilità di prendere un 'the delle cinque' mentre si ascoltano brani musicali o di lettura che potrebbero stimolare la memoria così come facilitare l'attività di scrittura.

20. Corso di laurea in Valorizzazione e Promozione dei Beni Culturali, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, ora Corso di laurea magistrale in Storia dell'arte, Università degli Studi La Sapienza, Roma.

21. A. Bortolotti, M. Calidoni, S. Mascheroni, *Per l'educazione al patrimonio culturale. 22 tesi*, Milano 2008, pp. 30- 40.

22. Per quest'iniziativa è prevista la collaborazione dell'UNLA (Unione Nazionale Lotta Contro l'Analfabetismo) partner del progetto *Museo Facile*; l'UNLA è un'organizzazione che promuove progetti e programmi di alfabetizzazione socio-culturale.



Fig. 1-2. Pubblico al Museo H.C. Andersen di Roma

dell'artista<sup>23</sup>. La tecnica scultorea di Andersen, con un forte carattere artigianale<sup>24</sup>, costituisce un elemento di snodo della seconda ipotesi di laboratorio.

Attraverso la compilazione di un questionario sulle ipotesi di laboratorio si invita il pubblico alla partecipazione attiva, raccogliendo pareri, impressioni e suggerimenti nell'ottica di una condivisione progettuale.

Le ipotesi di laboratorio didattico sono: *Hendrik e Henry, un epistolario da scoprire* basato sul suo rapporto epistolare con Henry James. L'attività didattica prevede la lettura o la 'messa in scena' di alcune lettere da parte dei visitatori\partecipanti al laboratorio.

La seconda ipotesi s'intitola *Come uno scultore*, è di tipo pratico-manuale e si articola intorno alla riproduzione di modellini in plastilina mediante la stessa tecnica utilizzata da Andersen.

Infine, *Social-izziamo? Comunicare ai tempi di Internet* implica temi inerenti al *Centro Mondiale della Comunicazione* con un approfondimento su aspetti del comunicare che potrebbero essere, oggi, contestualizzati e ricollegati alla diffusione dei *social network*, che hanno avviato una vera e propria rivoluzione nelle modalità di divulgazione.

Il laboratorio ha la finalità principale di educare alle nuove tecnologie, contrastando l'analfabetismo funzionale che limita gravemente anche l'interazione con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

ELISA MARROCCO<sup>25</sup>

Museo Facile *per* Conversazioni d'arte

L'accessibilità al patrimonio culturale e la sua fruizione<sup>26</sup> risultano un obiettivo significativo e un'occasione fondamentale per favorire e migliorare

23. Già dal 2011 la direzione del Museo Hendrik Christian Andersen ha inaugurato una postazione multimediale incentrata sull'idea di un libro parlante attraverso cui vengono narrate le vicende della famiglia Andersen sulla base del diario di Olivia Cushing, cognata di Hendrik. Cfr. M. Amatore, *Hendrik e Olivia: due vite una passione*, in «Museo Andersen allestimenti e ricerche», 1, 2013, pp. 5-7.

24. L'artista fermava l'idea iniziale con schizzi approssimativi su carta, per passare poi, nella maggior parte dei casi, alla realizzazione di bozzetti in argilla a scala ridotta. Andersen preparava dunque lo scheletro metallico, intorno alla struttura metallica ammassava e modellava l'argilla fresca, sulla scultura in argilla si doveva poi far colare il gesso per ottenere il calco e per l'ultimo passaggio dal calco in gesso alla colata in bronzo si rivolgeva a ditte specializzate.

25. Corso di laurea triennale in Lettere, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

26. *Linee Guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale*, Roma 2009.

l'inclusione sociale: accessibilità come superamento delle barriere architettoniche, non solo fisiche ma anche percettive e sensoriali che ostacolano la fruizione dell'arte, in questo caso, a persone con disabilità visiva. In tal senso, la radio web dell'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti<sup>27</sup> dal 2011 ha avviato, in collaborazione con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, *Conversazioni d'arte* un ciclo di trasmissioni dedicate all'arte e alla cultura con possibilità di interazione da parte degli ascoltatori. La finalità dell'iniziativa risiede nel promuovere e comunicare il patrimonio culturale attraverso la radio e divulgare informazioni su manifestazioni, mostre, musei, monumenti e aree archeologiche parzialmente o totalmente accessibili<sup>28</sup>.

Il programma radiofonico ha dato spazio, quest'anno, durante una delle puntate della serie *Cinque passi nella scultura, dall'antico al contemporaneo*, alla presentazione del progetto *Museo Facile* al fine di renderne noti i contenuti, gli obiettivi e le finalità<sup>29</sup>. L'intervento, preparato e svolto da chi scrive insieme con Tommaso Rea del corso di laurea in Scienze della Comunicazione della stessa Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, si è articolato in due parti: nella prima sono state illustrate le linee generali del percorso, i partner che vi collaborano e gli obiettivi educativi/comunicativi; nella seconda parte è stata posta l'attenzione sulla casa-museo di H.C. Andersen – attuale sede ospitante il progetto – sulla biografia dell'artista, con riferimenti testuali tratti dall'epistolario con lo scrittore Henry James<sup>30</sup>, nonché sulla sua produzione artistica in relazione al contesto storico-culturale.

Si è posto, in tal modo, il problema della metodologia attraverso la quale i non vedenti possono accostarsi all'arte, alla sua creazione e al suo godimento<sup>31</sup>. Rivolgendosi a un pubblico con esigenze speciali, si è dato rilievo alla descrizione delle opere, degli aspetti stilistici (forme, volumi, composizione, materiali) e iconografici e alla loro portata emozionale.

27. La radio web dell'U.I.C.I. (<https://www.uiciechi.it/home.asp>) nasce nel 2009. Dopo un breve periodo di chiusura, riprende le trasmissioni radiofoniche con programmi a tema e informazioni circa attività e iniziative per disabili visivi a Roma e sul territorio nazionale.

28. <http://www.sed.beniculturali.it/index.php?it/163/conversazioni-darte>.

29. Puntata del 17/04/2014 dal titolo: *Dalla scultura ellenistica alla scultura romana*, ascoltabile on-line: <https://www.uiciechi.it/archiviomultimediale>.

30. H. James, *Amato Ragazzo. Lettere a Hendrik C. Andersen (1899-1915)*, a cura di R. Mamoli Zorzi, Venezia 2000.

31. A. Grassini, *I ciechi e l'esperienza del bello: il Museo Omero di Ancona*, in *Toccare l'arte. L'educazione estetica di ipovedenti e non vedenti*, a cura di A. Bellini, Roma 2000.

Nell'ambito di tale *modus operandi*, si è prestata particolare cura alla scelta di un registro linguistico finalizzato a stimolare le facoltà immaginative del soggetto con disabilità visiva: nel caso specifico, le opere scultoree sono state descritte attraverso l'uso di espressioni aggettivali e linguistiche funzionali a integrare conoscenze acquisite e a rievocare esperienze pregresse.

VINICIO ONGINI\*

## Nelle scuole multiculturali il laboratorio del futuro

Gli alunni e gli studenti di origine non italiana sono diventati una realtà strutturale del nostro Paese. Negli ultimi venticinque anni la loro presenza ha modificato il paesaggio culturale, linguistico, sociale della scuola italiana nelle grandi città ma anche nei piccoli centri.

Sono più di 800.000 gli alunni stranieri in questo anno scolastico, oltre il 9% sul totale della popolazione scolastica. Su circa 57.000 scuole, 1200 superano la percentuale del 30% di alunni con cittadinanza non italiana, più di 400 scuole superano la percentuale del 50%.

Possiamo dire che l'immigrazione ha 'cambiato' la nostra scuola. Ha provocato spaesamento, soprattutto all'inizio, e talvolta anche oggi, e ha posto questioni nuove, a cui le scuole cercano di rispondere con professionalità. Anche se a volte negli insegnanti prevale la stanchezza e la solitudine di fronte alla complessità delle scuole multiculturali, di fronte all'assenza di risorse e di consapevolezza delle istituzioni.

Troppo spesso il racconto e la rappresentazione di questa nuova scuola 'a colori' si basa sulla categoria indistinta di 'alunno straniero'. Bisogna invece distinguere, sempre. Distinguere è il verbo più importante! Più della metà, il 51,7%, dei cosiddetti 'alunni stranieri', è nato in Italia (e questa percentuale raggiunge l'85% nelle scuole dell'infanzia), mentre gli studenti 'stranieri' neo arrivati, cioè entrati nel sistema scolastico nell'ultimo anno, sono meno del 5%.

I due poli, stranieri nati in Italia e stranieri neo arrivati, presentano caratteristiche e problematicità proprie. Se per i neo arrivati il nodo è l'alfabetizzazione linguistica, senza la quale si innesca un rapido deterioramento del percorso scolastico, per i nati in Italia la questione è quella di garantire loro una piena integrazione formativa e sociale perché non continuino a sentirsi stranieri nel Paese in cui sono nati e nel quale stanno facendo

\* Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

l'intero percorso scolastico. Dove stanno facendo realmente pratica di cittadinanza, pur non avendo ancora la cittadinanza formale.

I dati, però, confermano una maggiore difficoltà degli studenti 'stranieri', quasi un percorso ad ostacoli: a 15 anni sono in ritardo 7 studenti su 10, e i tassi di ripetenza sono elevati, in particolare nel primo anno delle scuole secondarie di primo grado e nel biennio delle scuole secondarie di secondo grado. Si rileva tuttavia un leggero miglioramento della regolarità dei percorsi scolastici ed esiti più positivi nella seconda generazioni di studenti stranieri con un avvicinamento progressivo ai livelli di apprendimento degli italiani.

Molte scuole segnalano esperienze di positiva integrazione, ma altre segnalano timori e preoccupazioni per l'alta incidenza di alunni e studenti 'stranieri' in singole scuole e territori. Vivono il timore che le scuole multiculturali possano diventare meno qualificate, che il programma sia rallentato, che l'attenzione degli insegnanti sia distolta dai 'problemi degli stranieri'.

Questo tema, insieme ad altri, sarà al centro di un seminario nazionale di formazione per dirigenti scolastici e insegnanti, *Dirigere le scuole in contesti multiculturali*, che si terrà a Roma all'inizio del 2015.

Al centro di questo seminario il confronto e lo scambio di esperienze tra dirigenti, insegnanti e associazioni. Una sessione specifica sarà dedicata al tema dell'internazionalizzazione: come si può trasformare una scuola con numeri elevatissimi di alunni stranieri in una scuola che non solo non genera timori e rifiuti ma che al contrario diventa più ricca di opportunità didattiche. Cioè più dinamica, più aperta al confronto e alle diversità, più attraente proprio in ragione della sua 'multiculturalità'.

Impresa difficile ma non impossibile, qualcuno ci sta provando.

Alle sfide e alle preoccupazioni legittime bisogna rispondere con delle azioni concrete che possano valorizzare le competenze dei dirigenti e degli insegnanti, la progettualità delle autonomie scolastiche, la collaborazione con gli enti locali, le università, le famiglie, le associazioni e le risorse del territorio.

Servono tante mani, tanti sguardi.

La presenza di alunni, studenti, famiglie di origini diverse può essere davvero, come indicano le recenti *Linee guida per l'accoglienza e l'integrazione degli alunni stranieri* (febbraio 2014), «un'occasione per ripensare e rinnovare l'azione didattica a vantaggio di tutti, un'occasione di cambiamento per tutta la scuola».



Fig. 1-2. Momenti di laboratori didattici dedicati all'interculturalità



Il Ministero si impegna a sostenere le iniziative prese in autonomia dagli istituti scolastici e a promuovere, in continuità con il seminario di Roma, azioni per la formazione dei dirigenti scolastici e degli insegnanti che operano nelle realtà a più forte processo migratorio; a sostenere un piano nazionale per l'insegnamento/apprendimento dell'italiano come lingua seconda, in particolare per gli alunni e gli studenti di recente immigrazione; ad attivare, in collaborazione con gli uffici scolastici regionali, un progetto di *peer education* in contesti multiculturali, partendo e rilanciando su scala nazionale esperienze positive già sperimentate dalle scuole. Si tratta di coinvolgere studenti stranieri di seconda generazione (o anche studenti italiani) come tutor di studenti stranieri di recente immigrazione, anche tra ordini scolastici diversi.

Dopo l'ultima convocazione avvenuta nel 2008, è stato recentemente ricostituito l'*Osservatorio nazionale per l'integrazione degli alunni stranieri e per l'educazione interculturale* costituito da rappresentanti di istituti di ricerca, associazioni, esperti, rappresentanti di altri ministeri, dirigenti scolastici.

Oggi le scuole e le classi multiculturali sono lo specchio del nostro Paese e di come sarà l'Italia di domani. Possono diventare laboratori di convivenza e di nuova cittadinanza. Prove di futuro. Per questo dovrebbero essere osservate e valorizzate con più attenzione dai decisori politici a tutti i livelli.

MILENA INTEGLIA<sup>1</sup>

*Indagini preliminari. Analisi delle comunità straniere*

Tra i temi affrontati all'interno del progetto *Museo Facile* l'intercultura ha rivestito un ruolo fondamentale<sup>2</sup>. Questo termine è entrato in uso in Italia verso la fine degli anni Ottanta, soprattutto in seguito alla trasformazione in senso multiculturale e plurilingue della scuola e dei servizi educativi<sup>3</sup>. Intercultura vuol dire rapporto tra due o più culture, che comporta l'arric-

1. Laurea triennale in Valorizzazione e Promozione dei Beni Culturali, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, ora Corso di laurea magistrale in Beni Storico-artistici, Seconda Università degli Studi di Napoli.

2. Sull'argomento cfr.: S. Mascheroni, *Patrimonio e musei per una competenza interculturale*, in «Museo & Storia», a. V, n. 5, Bergamo 2006; *Ead.*, *Tesi 6. Patrimonio e interculturalità*, in A. Bortolotti, M. Calidoni, S. Mascheroni, I. Mattozzi, *Per l'educazione al patrimonio culturale. 22 tesi*, Milano 2008, pp. 52-58, 156-158 (con bibliografia precedente).

3. *La scuola e il dialogo interculturale*, a cura di M. Clementi, Quaderni ISMU, n.2, Milano 2008.

chimento reciproco; un arricchimento di valori, usi, costumi, e tradizioni che implica la possibilità e anzi la necessità di una volontaria e reciproca modificazione. Nella città di Roma la multietnicità è sempre più evidente, vista la sempre crescente affluenza di immigrati con il conseguente mutare delle relazioni umane di fronte all'apporto di culture eterogenee<sup>4</sup>.

La prima fase della ricerca è stata diretta ad analizzare i canali che legano le varie comunità straniere al territorio nazionale, lavoro che ha portato alla redazione di una rubrica orientativa contenente recapiti e vari contatti da utilizzare come coordinata generale e finalizzata a un potenziale raffronto diretto con le comunità stesse. Sono stati vagliati molti siti web che hanno fornito numerosi recapiti telefonici, nominativi di responsabili e coordinatori delle varie associazioni, indirizzi e-mail, forum e altri portali dedicati all'integrazione culturale<sup>5</sup>.

Consapevoli del fatto che numerosissime sono a Roma le comunità straniere, si è cercato di individuare le realtà interculturali che gravitano intorno all'area del Museo Andersen e, in particolar modo, le comunità con il maggior numero di presenze a Roma<sup>6</sup>. Nel 2009, ad esempio, i cittadini stranieri sono aumentati di 343.764 unità, registrando un incremento importante dell'8,8%<sup>7</sup>. La comunità romena occupa il primo posto con 57.540 residenti e la comunità filippina il secondo posto con 29.674 residenti nel Comune di Roma.

L'obiettivo da raggiungere è una maggiore integrazione, favorendo una più attiva partecipazione all'interno del circuito della promozione interculturale. Questo quadro socio-culturale si accorda appieno con l'ideale di un policulturalismo sentito e radicato nel Museo Andersen e, in termini più generali, diretto a un diverso rapporto nei confronti dell'intero patrimonio storico-artistico nazionale.

4. E. Gennaro, *Patrimoni plurali-musei, educazione e saperi in chiave interculturale*, in «Quaderni di didattica museale», n. 11, Ravenna 2009.

5. Cfr. alcuni siti web: <http://intercultura.it>; <http://www.migrantes.it>; <http://www.romamultietnica.it>.

6. ISTAT, *Gli stranieri in Italia. Dossier Immigrazione*, Roma 2009.

7. ISTAT, *Gli stranieri in Italia. Dossier Immigrazione /1*, Roma 2012.

FRANCESCA CAPARCO<sup>8</sup>

*Strategie di accoglienza e proposte per il sito web del Museo H.C. Andersen*

La fruibilità del Museo Andersen da parte di un pubblico multiculturale e multietnico è uno degli obiettivi strategici del progetto *Museo Facile*. L'immigrazione è parte strutturale della comunità e un buon percorso di integrazione soddisfa i bisogni degli immigrati nel tentativo di abbattere le barriere all'accesso, al coinvolgimento e alla rappresentazione<sup>9</sup>. Accanto ai programmi consueti d'integrazione (relativi a lavoro, salute e istruzione), è molto sentito il bisogno di vivere esperienze di partecipazione culturale e *Museo Facile* vuole valorizzare il patrimonio culturale come fattore d'integrazione multietnica. A tale scopo è stata condotta un'indagine sui bisogni e sui consumi culturali degli immigrati raccogliendo informazioni sul ruolo dell'arte per l'inclusione sociale. I questionari, con domande a risposta chiusa, erano rivolti ai rappresentanti delle comunità straniere per valutarne il consumo museale e, a seguito della visita al Museo Andersen, testare anche l'esperienza dei nuovi apparati comunicativi.

Per conoscere le attese del pubblico straniero intorno al Museo, inoltre, sono stati posti quesiti sul potenziale sviluppo dell'offerta, sui servizi di cui sentono maggiormente l'esigenza e sugli strumenti d'integrazione più idonei (pannelli multilingui o legati alla cultura di origine). I questionari sono stati somministrati a studenti universitari da poco giunti in Italia iscritti al corso di Lingua e cultura italiana istituito dall'Ufficio internazionalizzazione dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale (figg. 1-2).

Nell'ottica di individuare ulteriori strategie di accoglienza del pubblico di immigrati è stata progettata una nuova sezione all'interno del sito web del Museo, dedicata ai numerosi viaggi di Andersen. Tale sezione si basa sulle notizie tratte dalla biografia dell'artista e dal *Diario* della cognata Olivia ed è corredata da una mappa dei suoi spostamenti (fig. 3), sollecitando l'identificazione nell'esperienza del distacco dal luogo d'origine.

8. Corso di laurea triennale in Valorizzazione e Promozione dei Beni Culturali, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

9. R. Sandell, *Misurarsi con la diversità e l'uguaglianza: il ruolo dei musei*, in *Quando la cultura fa la differenza. Patrimonio, arti e media nella società multiculturale*, a cura di S. Bodo, M.R. Cifarelli, Roma 2006.



Fig. 1-2. Somministrazione di un questionario per conoscere le attese del pubblico straniero agli studenti universitari da poco giunti in Italia del corso di Lingua e cultura italiana dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale





Dopo un'attenta ricerca sono stati identificati i nuclei principali di rappresentanza di queste comunità straniere:

- la Basilica di Santa Pudenziana, rinomata per la viva presenza della comunità filippina che ha eletto in essa la sede principale della Cappellania Filippina in Roma e sede di diverse iniziative culturali;
- la Chiesa di Santa Maria in Portico in Campitelli, in cui circa 400 immigrati romeni cattolici si riuniscono ogni domenica per la celebrazione eucaristica, ma anche per usufruire del centro d'ascolto attivo ogni domenica e giovedì e di un oratorio aperto a iniziative culturali.

Questi luoghi che distano rispettivamente 4 e 5 km dal Museo H.C. Andersen rappresentano i punti di partenza del percorso, in quanto facilmente raggiungibili dagli stranieri e visti come luoghi di ritrovo e condivisione.

In un secondo tempo è stata utilizzata una mappa territoriale di Roma in modo da tracciare il percorso più lineare per raggiungere il Museo H.C. Andersen, partendo dai nuclei di rappresentanza filippina e romena (figg. 4-5).

IVANO SPANO\*

## Museo per tutti: l'impegno dell'Istituto Statale Sordi

La partecipazione del nostro Istituto al progetto *Museo Facile* è significativa per documentare la necessità di collaborazioni tra istituzioni preposte a sviluppare iniziative favorevoli la piena accessibilità ai beni culturali, in particolare per coloro che vivono una condizione di disabilità.

Il nostro impegno in questo settore inizia nel 2003 con la partecipazione al progetto *CASSIO. Dieci Musei per conoscere il patrimonio culturale italiano* in collaborazione con il Centro per i Servizi Educativi del Museo e del Territorio del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. Seguono altre collaborazioni con istituzioni di rilievo nazionale. Basti ricordare *Un percorso in lingua dei segni nel parco della Reggia di Caserta. Le vie dell'arte attraverso le emozioni, 1861 - I Pittori del Risorgimento* per i 150 anni dell'Unità d'Italia e l'applicazione *Palazzo Massimo in Lingua dei Segni Italiana e Americana*, realizzata in collaborazione con la Soprintendenza Speciale per i Beni Archeologici di Roma e l'Università degli Studi di Roma Tre, che ha vinto il *Premio Europeo di Eccellenza per il Turismo Accessibile 2013*. Significativo il recente protocollo d'intesa e le iniziative realizzate con il Museo delle Arti del XXI secolo (MAXXI).

Con il progetto *Museo Facile* l'impegno dell'Istituto si consolida con l'implementazione di un sistema di comunicazione integrata a vantaggio, in particolare, di persone con disabilità sensoriale. Di questo, diranno in maniera puntuale gli interventi di Des Dorides, Di Meo e Pallotta che con la loro particolare competenza e prezioso lavoro hanno contribuito alla sua realizzazione con la collaborazione di Deborah Donadio e Susanna Ric-

\* Istituto Statale Sordi di Roma.

I contributi di questa sezione riprendono, con le opportune integrazioni, le relazioni presentate, presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della II e della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (30 maggio 2013; 8 maggio 2014).



ci-Bitti. Un ringraziamento per lo sviluppo di questo settore di rilevanza per l'Istituto va poi a Luca Bianchi, Serena Rosaria Conte e Manuel Muzzurru.

Rispetto all'accessibilità ai beni ambientali, artistici e culturali resta, comunque, oltre ai miglioramenti possibili grazie alle nuove tecnologie, l'impegno a estendere una politica di valorizzazione dei beni paesaggistici, architettonici, artistici e culturali (accessibilità sociale) e a sviluppare un'accessibilità culturale come apertura e riconoscimento dei molteplici significati del mondo a cui l'opera d'arte rimanda.

LUCA DES DORIDES<sup>1</sup>

*Visitatore sordo e museo inclusivo*

Noi non apprendiamo nulla da chi ci dice di fare come lui.

Gilles Deleuze

La cultura è uno degli strumenti più potenti per conoscere la realtà, darle un senso e autodeterminare liberamente la propria vita. Uno strumento di libertà e democrazia, quindi, eppure, con il suo 70% di analfabeti funzionali, l'Italia è ancora oggi un paese di illetterati saldamente all'ultimo posto nella classifica OCSE sulle competenze alfabetiche<sup>2</sup>. È evidente che in Italia «l'invito a investire nelle conoscenze non è stato raccolto né dai partiti politici né dalla mitica 'gente'»<sup>3</sup>. Così, mentre la politica sembra inerte e prigioniera di sé stessa, la cultura perde la capacità di incidere sul benessere dei cittadini e sul progresso del paese. Il rischio, già a partire dalla scuola primaria, è che si trasformi in un sapere vuoto che accumula risposte già date invece di porre domande nuove<sup>4</sup>. Un sapere mercificato, scrive Massimo Recalcati, che risponde a un principio di prestazione sen-

1. Istituto Statale Sordi di Roma.

In questo lavoro si fa riferimento principalmente a chi, per ridotte capacità uditive, non ha potuto acquisire naturalmente il linguaggio parlato e utilizza invece una lingua dei segni.

La frase nell'*exergo* è in G. Deleuze, *Differenza e ripetizione*, Bologna 1971, p. 44.

2. *Le competenze per vivere e lavorare oggi. Principali evidenze dall'indagine PIAAC*, a cura di G. Di Francesco, Collana Isfol Research Paper, 9, Roma 2013.

3. T. De Mauro, *Analfabeti d'Italia*, in «Internazionale», XV, 734, 2008, p. 117.

4. Cfr. *La scuola impossibile*, a cura di B. Bonato, Milano 2013.

za curarsi di mantenere vivo il rapporto fra cultura, desiderio e piacere<sup>5</sup>. Occorre invece evitare che la conoscenza diventi acquisizione inerte di un sapere escludente, in cui tutto è già dato, già scritto, già detto e non c'è più spazio per il soggetto.

L'accesso al patrimonio museale è quindi un diritto inalienabile che deve essere garantito a tutti. Realizzarlo significa tener conto dell'emergere di nuovi soggetti e diverse modalità di fruizione. Il visitatore è cambiato insieme alla società e occorre considerarne le aspettative: con le sue consuetudini, le sue tradizioni e la sua lingua è egli stesso, al pari del museo, portatore di un patrimonio culturale<sup>6</sup>. Sono persone che toccano, guardano e utilizzano codici culturali diversi, che chiedono al museo di farsi comprendere e di investire in un legame con loro. Impongono un continuo processo di mediazione culturale e lo fanno per un nuovo modo di vivere la cultura fatto anche di svago, piacere e diletto.

Sebbene il Codice dei Beni Culturali ignori questa evidenza, visitare un museo è un'esperienza che riguarda principalmente il piacere di farlo e in tal modo dovrebbe essere concepita. L'International Council of Museum, infatti, considera l'*enjoyement* uno dei motivi per cui un museo viene aperto al pubblico, appena dopo l'educazione e lo studio. È però solo a partire da un piacere diffuso per la cultura che diviene possibile realizzare un vero insegnamento (educazione) e sviluppare la capacità di approfondire (studio). Altrimenti si rischia di inseguire un modello economicista e performativo che tradisce «la tentazione di mutuare semplicemente dal marketing strumenti e metodologie senza troppo curarsi della specificità del settore culturale»<sup>7</sup>. Ma perché vi sia piacere non basta garantire la comprensione dei propri codici linguistici e culturali, occorre anche accogliere quelli dell'altro. Il visitatore deve poter partecipare all'attribuzione di significati creando un legame intellettuale ed emotivo con le opere esposte.

5. Cfr. M. Recalcati, *L'ora di lezione. Per un'erotica dell'insegnamento*, Torino 2014; H.G. Furth, *La conoscenza come desiderio*, Roma 1993.

6. Cfr. UNESCO, *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Paris 2003; UNESCO, *Convenzione sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali*, Paris 2005.

7. M. De Luca, *Comunicazione ed educazione museale*, in *Comunicare la cultura*, a cura di F. Severino, Milano 2007, p. 97.

Salvaguardare il piacere di visitare e condividere un museo è stato l'obiettivo che ci siamo posti per il progetto *Museo Facile*. Fondamentale, come spiega Di Meo in questo volume, è stato considerare il visitatore sordo non come un oggetto che deve ricevere contenuti, quindi portato a integrarsi in un orizzonte di senso a lui precedente, ma come un soggetto che partecipa alla produzione dei significati ed è parte viva nella costruzione sociale del sapere<sup>8</sup>.

Per i sordi un reale processo inclusivo deve necessariamente superare la logica sottrattiva che li pensa a partire dall'immagine di un udente cui manca l'udito. È una logica che segue il criterio della malattia invece di quello della salute, in cui l'individuo, rinchiuso nel suo essere oggetto di cura, non ha più niente da dire e niente da fare. Serve invece un approccio meno afflittivo che eviti di confondere il deficit con la persona e ne sostenga il diritto a essere soggetto dell'aver cura di sé, degli altri e del mondo. Per farlo bisogna cogliere gli aspetti meno intuitivi di una realtà diversa, più reale e complessa com'è quella di chi non ha avuto il tempo per sentire nulla o quasi nulla. Non è la sordità come deficit organico a essere un problema particolarmente grave, ma la mancanza di una lingua condivisa con la maggior parte delle persone<sup>9</sup>. La sordità, quindi, non può essere ridotta al deficit uditivo ma deve essere considerata nelle sue implicazioni cognitive, culturali e relazionali. Secondo l'Unione Europea la maggior parte dei sordi non riuscirà mai a padroneggiare perfettamente la lingua parlata e quasi sempre la sordità preclude la piena padronanza della lingua scritta<sup>10</sup>. Questo significa che i sordi hanno un accesso difficoltoso a molte informazioni, meno occasioni di apprendimento informale e una partecipazione ridotta ai processi sociali di apprendimento<sup>11</sup>.

8. Cfr. R. Medeghini, S. D'Alessio, G. Vadalà, *Disability studies e inclusione*, in *Disability studies. Emancipazione, inclusione scolastica e sociale, cittadinanza*, Trento 2013; R. Medeghini, *I diritti nella prospettiva dell'inclusione e dello spazio comune*, in «Italian Journal of Disability Studies», 1, 1, 2013, pp. 93-108. Si veda F. Di Meo, *Un lavoro di mediazione culturale*, *infra*.

9. Cfr. L.S. Vygotskij, *Fondamenti di difettologia*, Roma 1986.

10. Cfr. European Parliament, *Resolution on Sign Languages (1998)*, <http://eur-lex.europa.eu> (ultimo accesso ottobre 2014).

11. Cfr. H.G. Furth, *Pensiero senza linguaggio*, Roma 1971. Per le dinamiche sociali dell'apprendimento cfr. E. Wenger, *Comunità di pratica. Apprendimento, significato, identità*, Milano 2006 e J. Leave, E. Wenger, *L'apprendimento situato. Dall'osservazione alla partecipazione attiva nei contesti sociali*, Trento 2006.



Fig. 1. Frame dei video in *Lingua Italiana dei Segni per il progetto Museo Facile*

Se le difficoltà di comprensione della lingua parlata sono immediatamente intuitive, quelle con la lingua scritta meritano un approfondimento. Per i sordi l'italiano scritto è spesso una lingua ostile sia dal punto di vista del significato che da quello del senso, una lingua che si usa per fini strumentali e sociali ma molto poco per fini espressivi<sup>12</sup>. La maggior parte delle ricerche concorda che le difficoltà riguardino principalmente la morfologia flessiva, le parole lessicali e le conoscenze enciclopediche<sup>13</sup>. In queste condizioni:

la lingua [...] nuoterebbe in un mare sconnesso, privo di legami sintattici, da cui emergono 'isole lessicali', o 'isole di parole-contenuto' cioè isole di parole dal significato denotativo pieno, come i nomi. Invece parole come le preposizioni, gli articoli, gli ausiliari, la morfologia finale di verbi e nomi sarebbero sommerse, come Atlantide: impercettibili per i nostri lettori sordi<sup>14</sup>.

La lettura, quindi, diventa cercare isole di significato in un mare di incertezze. Ma allora, se leggere richiede un continuo sforzo di decodifica,

12. Cfr. *Scrittura e sordità*, a cura di D. Fabbretti, E. Tomasuolo, Roma 2006.

13. Cfr. M.C. Caselli, V. Volterra, *Vedere l'italiano: il caso dei sordi*, in *Ricerche sull'acquisizione dell'italiano*, a cura di E. Cresti, M. Moneglia, Roma 1993, pp. 247-271; M. C. Caselli, S. Maragna, V. Volterra, *Linguaggio e sordità: gesti, segni e parole nello sviluppo e nell'educazione*, Bologna 2006.

14. S. Trovato, *Insegno in segni. Linguaggio, cognizione, successo scolastico per gli studenti sordi*, Milano 2014, p. 59.

quale piacevolezza potrà esserci per un lettore sordo? E se le difficoltà ostacolano tanto la comprensione dei significati che la trasmissione delle emozioni, come se ne può apprezzare l'uso espressivo?

C'è invece una lingua, una delle tante del mondo, bella e degna di esistere al pari delle altre, che è in grado di offrire i contenuti conservando facilità di accesso, piacevolezza e ricchezza espressiva (fig. 1). È la Lingua dei Segni Italiana<sup>15</sup>, una delle tante risorse espressive della vita umana e la più adatta a garantire il diritto di «poter usare i propri sensi per immaginare, pensare e ragionare [...] poter usare la propria mente [...] poter andare in cerca del significato ultimo dell'esistenza [...] poter fare esperienze piacevoli ed evitare dolori inutili»<sup>16</sup>. Così, quando ci siamo chiesti come rendere inclusivi gli strumenti di comunicazione del Museo H.C. Andersen è stato inevitabile pensare a questa lingua, alla sua capacità di veicolare i contenuti più vari e diversi ma anche, è il tema sviluppato da Pallotta, alla sua innegabile capacità di produrre forme letterarie<sup>17</sup>.

FRANCESCA DI MEO<sup>18</sup>

### *Un lavoro di mediazione culturale*

Inventa dunque nella tua lingua se vuoi o puoi comprendere la mia.

Jacques Derrida

La riflessione che il progetto *Museo Facile* ci ha permesso di portare avanti è andata in direzione di un cambiamento di paradigma: dalla concezione di museo come luogo 'accessibile' alle persone sorde a quella di museo come luogo 'piacevole' per le persone sorde. La differenza è racchiusa nel concetto di 'esperienza': nel primo caso, infatti, ci si limita a definire il diritto – formalmente garantito – a fruire di un bene da parte di una persona con disabilità uditiva, nel secondo invece si supera, inclu-

15. Oltre a quella italiana sono state censite altre 137 diverse lingue dei segni. Per un elenco completo si veda [www.ethnologue.com/subgroups/deaf-sign-language](http://www.ethnologue.com/subgroups/deaf-sign-language) (ultimo accesso ottobre 2014).

16. M. Nussbaum, *Giustizia sociale e dignità umana*, Bologna 2012, pp.75-76.

17. Cfr. H-D. L. Bauman, J.L. Nelson, H.M. Rose, *Signing the body poetic. Essays on American Sign Language Literature*, Berkeley 2006. Si veda F. Pallotta, *Una fruizione dinamica e consapevole*, *infra*.

18. Istituto Statale Sordi di Roma.

La frase nell'*exergo* è in J. Derrida, *Il monolinguisimo dell'altro*, Milano 2010, p. 76.

dendola, tale visione per ricercare la qualità dell'esperienza museale, che ha diritto di essere, per il visitatore sordo, ricca e piacevole esattamente quanto quella che viene offerta al visitatore udente.

Abbiamo affrontato la sfida, posta sul terreno sperimentale offerto dal progetto, partendo da uno dei principi guida del nostro *modus operandi*, la costituzione di un gruppo di lavoro interdisciplinare e, soprattutto, inclusivo. Questo non prevede la partecipazione della persona sorda – in quanto utente finale – in qualità di 'soggetto', per eseguire test sull'usabilità del prodotto o per osservarne il comportamento secondo un modello di tipo stimolo/risposta, ma il coinvolgimento attivo degli attori interessati allo sviluppo di un determinato ambiente, prodotto, servizio in tutte le sue fasi, a partire dalla sua ideazione. Non esiste distanza all'interno di un gruppo di lavoro così concepito tra il ruolo dell'utente e quello del progettista, bensì una relazione empatica e una reciproca ispirazione, molto vicina al paradigma proposto dallo *User Sensitive Inclusive Design*<sup>19</sup>.

L'aumento del numero di iniziative in favore dell'inclusione del pubblico speciale testimonia anche in Italia un'attenzione al tema dell'accesso al patrimonio culturale, oggi più facilmente raggiungibile grazie alla diffusione delle nuove tecnologie che contribuiscono ad abbattere 'naturalmente' alcune barriere, specialmente quelle comunicative<sup>20</sup>. La preoccupazione è, attualmente, recuperare la situazione di ritardo e dotarsi di strumenti idonei a consentire la fruizione dei contenuti culturali al pubblico speciale, per lo più limitandosi a veicolare, in una forma diversa, quelli già pensati per tutti gli altri visitatori<sup>21</sup>. Questo modo di intervenire però pone l'attenzione esclusivamente sul dovere di garantire alcune prestazioni (*top down*) anziché sul diritto di partecipazione reale a un processo di costruzione del sapere (*bottom up*), a discapito della qualità del lavoro, come illustrerà Pallotta<sup>22</sup>. È necessario invece avviare un processo graduale di partecipazione

19. Movimento originato dallo *User Centred Design*, che suggerisce un innovativo approccio nella progettazione inclusiva basata sullo sviluppo di una reale empatia tra il designer e l'utente. Per approfondire: *User-sensitive inclusive design*, in «Universal Access in the Information Society», X, 3, 2011, pp. 235-243.

20. F. Baroni, M. Lazzari, *Tecnologie informatiche e diritti umani per un nuovo approccio all'accessibilità*, in «Italian Journal of Disability Studies», I, 1, 2013, pp. 79-92.

21. M. De Luca, *Comunicazione ed educazione museale*, in *Comunicare la cultura*, a cura di F. Severino, Milano 2007, pp. 97-106.

22. Cfr. F. Pallotta, *Una fruizione dinamica e consapevole*, *infra*.

attiva alla vita culturale, che porti gli stessi cittadini sordi ad appropriarsi del patrimonio culturale, sentendo il desiderio e il bisogno di condividerlo con gli altri membri della comunità. Questa sottile distinzione genera conseguenze di portata rivoluzionaria. La messa in accessibilità di un contenuto dato, attraverso la sua traduzione da una L1 a una L2, è la perpetrazione della logica della cultura dominante a cui il gruppo di minoranza, venendo meno le condizioni formali di impedimento, viene chiamato ad adattarsi. Il nostro auspicio è invece, a tendere, l'abbandono completo dell'idea di una traduzione e la diffusione di un processo di 'riconfigurazione' culturale quale momento indispensabile di riflessione, di cui la persona sorda deve essere parte viva.

A suggerire un tale approccio è anche la *Convenzione UNESCO per la Protezione e la Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali*<sup>23</sup>, che protegge la diversità delle espressioni culturali, in particolare nelle situazioni in cui queste sono minacciate dalla possibilità di estinzione o impedimento, e ne riconosce l'importanza per la coesione sociale. Per 'diversità culturale' si intende «la molteplicità delle forme mediante le quali si esprimono le culture dei gruppi e delle società che si manifesta, non soltanto nelle variegate forme attraverso le quali il patrimonio culturale dell'umanità si esprime, arricchisce e trasmette, grazie alla varietà delle espressioni culturali, ma anche attraverso modi diversi di creazione artistica, di produzione, diffusione, distribuzione e godimento, quali che siano i mezzi e le tecnologie utilizzati». La lingua, in particolare, viene definita un elemento fondamentale della diversità culturale che, grazie alla sua capacità di implicare i livelli dell'identità, della comunicazione, dell'integrazione sociale, dell'educazione e dello sviluppo, detiene un'importanza strategica per l'UNESCO, che prevede misure di sostegno all'uso delle lingue madre in ogni contesto privato e pubblico, incoraggiando la comunità dei parlanti a fare uso delle forme locali, nazionali e internazionali più diversificate.

Per *Museo Facile* il nostro tentativo è stato quello di non limitare l'intervento dell'interprete sordo segnante alla semplice traduzione in LIS di un testo in lingua italiana, ma di mediarlo attraverso la propria lingua madre e la propria esperienza. La persona sorda deve essere messa in condizione

23. La Convenzione è stata approvata il 20 Ottobre 2005 e ratificata dallo Stato Italiano il 30 gennaio del 2007.



Figg. 2-3. Frame dei video in Lingua Italiana dei Segni per il progetto Museo Facile

di appropriarsi dei contenuti culturali da veicolare e di renderli attraverso una 'interpretazione' capace di superare le logiche di riduzione e adattamento testuale, sfruttando appieno le potenzialità della LIS e promuovendo l'implementazione e la trasmissione del patrimonio culturale immateriale della comunità sorda (figg. 2-3).

Progetti come *Museo Facile* permettono alle organizzazioni, e soprattutto alle persone in essi coinvolte, di crescere come comunità di pratica<sup>24</sup> e di contribuire, anche indirettamente, ad arricchire la diversità culturale

24. E. Wenger, R. McDermott, W.M. Snyder, *Coltivare comunità di pratica. Prospettive ed esperienze di gestione della conoscenza*, Milano 2007.



e la creatività umana. Le ricadute, in tal senso, sono significative per la comunità sorda a diversi livelli:

- personale, contribuendo a un processo di crescita, sia dell'individuo sia del suo gruppo di riferimento, basato sull'incremento della stima di sé, dell'autoefficacia e dell'autodeterminazione per far emergere le risorse latenti e portare l'individuo ad appropriarsi consapevolmente del suo potenziale (*empowerment*)<sup>25</sup>;
- linguistico, contribuendo a sviluppare un lessico specifico per l'arte, rispondendo all'attuale carenza di segni condivisi per i linguaggi settoriali;
- culturale, contribuendo a garantire la ricchezza e la vitalità del patrimonio immateriale in LIS, ivi compresa la sua identificazione, documentazione, ricerca, preservazione, protezione, promozione, valorizzazione e trasmissione.

Contributi che si rivelano ancor più significativi, visto il mancato riconoscimento in Italia della LIS e dati «i processi di globalizzazione e di trasformazione sociale in atto, capaci di determinare, alla stregua del fenomeno dell'intolleranza, gravi pericoli di deterioramento, scomparsa e distruzione del patrimonio culturale immateriale»<sup>26</sup>, in particolare a causa della mancanza di risorse per la sua salvaguardia.

FRANCESCA PALLOTTA<sup>27</sup>

### *Una fruizione dinamica e consapevole*

Per liberare la differenza [...] occorre un pensiero che dica sì alla divergenza;  
un pensiero affermativo [...] un pensiero del molteplice, della molteplicità dispersa e nomade.

Michel Foucault

L'avvio del progetto sperimentale *Museo Facile*, volto a rendere il Museo H.C. Andersen accessibile anche alle persone sorde, ha reso possibile un tavolo di confronto costruttivo sulla realizzazione dei video in Lingua dei Segni Italiana (LIS) da convogliare in una *app multi target* (fig. 4).

25. *Le competenze per vivere e lavorare oggi. Principali evidenze dall'indagine PIAAC*, a cura di G. Di Francesco, Collana Isfol Research Paper, 9, Roma 2013.

26. UNESCO, *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, Paris 2003.

27. Istituto Statale Sordi di Roma. La frase nell'*exergo* è in M. Foucault, *Theatrum Philosophicum*, introduzione a G. Deleuze, *Differenza e ripetizione*, Bologna 1971, p. XIII.



Fig. 4. Utilizzo del QR Code dei pannelli Museo Facile per la visione dei video in Lingua Italiana dei Segni

Come già descritto da Des Dorides e Di Meo, il primo passo per andare in una direzione che vada oltre il concetto di accessibilità è il riconoscimento del valore non soltanto linguistico, ma anche culturale della LIS<sup>28</sup>. Quest'ultima, essendo una vera lingua, visiva, racchiude in sé specifici modi di fare cultura, capacità espressive ed emozionali, dinamiche di fruizione e di identificazione che non possono trovare analogie con la lingua parlata. Dal momento che le informazioni morfologiche e sintattiche vengono trasmesse contemporaneamente dalle mani e da altri elementi non manuali, e che possono esserci diverse combinazioni a seconda dei generi e delle forme letterarie, un rapido e piacevole accesso alla LIS si può assicurare soltanto attraverso un canale tridimensionale e simultaneo, in grado di rendere tutte queste connessioni chiaramente visibili e riconoscibili<sup>29</sup>. Da

28. Cfr. L. Des Dorides, *Visitatore sordo e museo inclusivo*, *infra*; F. Di Meo, *Un lavoro di mediazione culturale*, *infra*.

29. Le componenti non manuali sono elementi quali espressioni facciali, configurazioni delle labbra, posizioni del tronco e delle spalle, orientamento dello sguardo. Sono indispensabili e hanno una funzione centrale nella strutturazione della frase. Ad esempio, l'espressione facciale può

ciò si può evincere il valore aggiunto della tecnologia video che, in quanto adatta a rendere i segni nella loro forma reale e naturale, non è soltanto mero veicolo di conoscenze e di informazioni, ma è piuttosto rivolta a soddisfare specifici bisogni estetici e relazionali<sup>30</sup>.

I video in LIS non potevano essere realizzati senza seguire gli approcci e le raccomandazioni dei professionisti sordi che, con la loro esperienza nel settore, sono capaci di fornire strumenti ad hoc e di puntare l'attenzione verso interventi specifici sia sul piano tecnico-strumentale che su quello dei contenuti.

Sotto il profilo tecnico, parametri da tenere in considerazione sono un'alta risoluzione e una corretta illuminazione in grado di fornire immagini ad alto contrasto. L'illuminazione deve essere morbida e diffusa per eliminare le zone d'ombra che interrompono la comunicazione visiva e sono una delle principali cause di affaticamento degli occhi. Lo sfondo deve essere chiaro, neutro e in contrasto con gli abiti indossati dalla persona segnante che deve evitare colori vistosi e rimuovere i fattori di disturbo della percezione visiva, come orologi e gioielli. Allo stesso modo è necessario rimuovere gli effetti dell'abbagliamento se il segnante porta gli occhiali. Una particolare attenzione va posta allo studio dell'inquadratura. La misura ideale dello spazio è quella in grado di contenere tutti i segni in movimento con un ristretto spazio di margine. In tal senso si è in grado di focalizzare l'attenzione non solo sulle mani che si muovono ma anche e soprattutto sul viso che raccoglie piccoli movimenti con valore linguistico o espressivo<sup>31</sup>.

Tuttavia, produrre un video in LIS non è soltanto una questione tecnica ma anche e soprattutto culturale. Dai pannelli testuali del museo bisognava rendere il contenuto accessibile in lingua dei segni nel modo più chiaro e completo possibile, piacevole nella forma ed esaustivo nei contenuti. Come già accennato da Di Meo in questo volume, sarebbe impensabile pianificare

corrispondere al tono di voce per distinguere tra frasi affermative, interrogative o imperative. Per approfondimenti: C. Bertone, *Fondamenti di grammatica della lingua dei segni italiana*, Milano 2011.

30. Cfr. K. Christie, D. M. Wilkins, *A Feast for the Eyes: ASL Literacy and ASL Literature*, in «Journal of Deaf Studies and Deaf Education», II, 1, 1997, pp.57-59.

31. Cfr. L.J. Muir, I. Richardson, *Perception of Sign Language and Its Application to Visual Communication for Deaf People*, in «Journal of Deaf Studies and Deaf Education», X, 4, 2005, pp. 390-401.

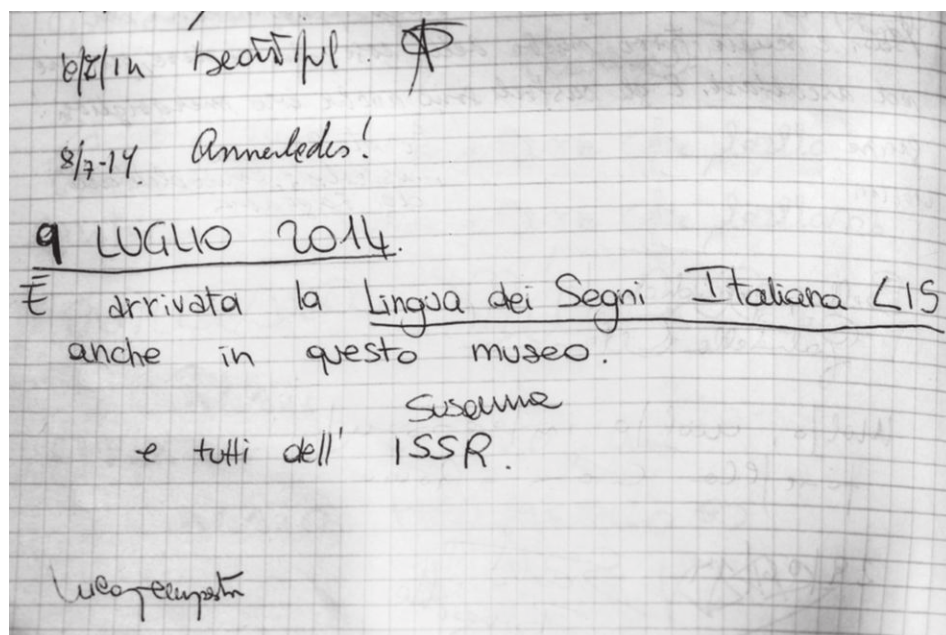


Fig. 5. Commento nel registro dei visitatori, Roma, Museo H.C. Andersen

una traduzione diretta da materiali originali alla LIS in quanto si produce inevitabilmente un testo mutilato nelle peculiarità linguistiche<sup>32</sup>.

È fondamentale, infatti, partire dal presupposto che esiste una letteratura LIS originale e che, nel rispetto delle aspettative delle persone sorde segnanti, l'approccio traduttivo non deve limitarsi a una semplice trasposizione italiano-LIS avvalendosi degli interpreti come mediatori culturali<sup>33</sup>.

Con il contributo diretto delle persone sorde, le dinamiche traduttive portano a distruggere il testo di partenza per attingere direttamente ai contenuti da veicolare e renderli attraverso una ricostruzione ex novo di un testo LIS seguendo diverse fasi operative. Dopo la lettura e la comprensione di un testo originale si procede con la ricerca delle fonti di informazione, con l'interiorizzazione e l'elaborazione dei contenuti per arrivare poi alla produzione vera e propria. È in quest'ultima fase che i contenuti da espri-

32. Cfr. F. Di Meo, *Un lavoro di mediazione culturale*, *infra*.

33. Cfr. E. Antinoro Pizzuto, I. Chiari, P. Rossini, *Strumenti per la traduzione della Lingua dei Segni Italiana: critiche e proposte per una ricerca responsabile*, in *I luoghi della traduzione: le interfacce*, Atti del 43 Congresso internazionale di studi della Società di Linguistica Italiana (SLI), a cura di S. Dal Maso, G. Massariello Merzagora, Roma 2011, pp. 159-171.

mere si sganciano dalle parole per legarsi a quell'insieme di movimenti del corpo, segni ed espressioni in grado di ricostruire gli aspetti sensoriali del discorso, indispensabili per garantire il piacere della fruizione<sup>34</sup>.

Nella realizzazione dei video LIS per *Museo Facile* le persone sorde segnanti hanno sperimentato questo passo attraverso la scelta della forma narrativa, in quanto più soggetta a investiture di senso metaforico e più manipolabile a livello d'immaginazione. È stata scartata invece la formula domanda/risposta, formale e difficile da interiorizzare, troppo vincolante nell'uso delle espressioni e del movimento del corpo.

L'integrazione dei video in LIS in una *app multi target* ha messo su un ulteriore piano di confronto diverse esigenze e pluralità. In questa esperienza è stata fondamentale la sperimentazione partita dalla consapevolezza dei propri limiti per volerli superare e raggiungere gli obiettivi proposti<sup>35</sup> (fig. 5).

34. Cfr. H-D. L. Bauman, H.M. Rose, *Signing the body poetic. Essays on American Sign Language Literature*, Berkeley 2006.

35. In questo lavoro ho fatto riferimento principalmente a chi, per ridotte capacità uditive, non ha potuto acquisire naturalmente il linguaggio parlato e utilizza invece una lingua dei segni.

INNOCENZO FENICI\*

## Un modello tattile per *Il Centro Mondiale di Comunicazione* di H.C. Andersen

La percezione spaziale e geometrica di luoghi significativi dal punto di vista architettonico e monumentale, per la persona priva della vista, è estremamente difficile, se non è veicolata da una buona educazione immaginativa supportata da validi strumenti di rappresentazione visuo-tattile realizzati secondo gli standard della norma UNI 8207.

L'educazione immaginativa della persona che non vede, se centrata su un'adeguata esperienza diretta e personale, sarà il presupposto per comprendere il nostro percorso didattico.

Il tifologo Enrico Ceppi valorizza nella sua diretta esperienza pedagogica la metodologia dell'educazione immaginativa dei bambini non vedenti, come fondamentale nel processo educativo anche in rapporto al proprio mondo conoscitivo e affettivo. Egli, infatti, scrive:

Il piccolo cieco che osservi un'automobile in dimensioni normali, o un cavallo a grandezza naturale, potrà utilmente giungere alla costruzione di un'immagine aderente all'oggetto osservato, se avrà avuto la possibilità di aver precedentemente strutturata l'immagine tipo o guida, se in altri termini, la sua osservazione non sarà una scoperta originale di nuovi elementi che si presenteranno in una loro forma predominante<sup>1</sup>.

L'esperienza diretta, in questo ambito, è il presupposto imprescindibile verso la conoscenza oggettiva della realtà e dell'ambiente che ci circonda.

Tali considerazioni acquistano maggior valenza quando si tratta di far comprendere l'opera d'arte a una persona che non vede; un'adeguata esplo-

\* Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi Onlus, Roma.

I contributi di questa sezione riprendono, con le opportune integrazioni, le relazioni presentate, presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della II e della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (30 maggio 2013; 8 maggio 2014).

1. E. Ceppi, *Metodologia dell'educazione immaginativa*, in «Luce con Luce», 2, 1963, pp. 140-168.

razione tattile è l'unico veicolo per una conoscenza immediata e conforme alla realtà.

Il Centro di produzione del materiale tiflodidattico della Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi è stato chiamato a collaborare alla realizzazione del progetto *Museo Facile*, un progetto sperimentale di accessibilità culturale.

Finalità di tale intervento è stata quella di facilitare, alle persone con disabilità visiva, la fruibilità della casa-museo Andersen di Roma, che con le sue numerose opere scultoree si presta all'applicazione pratica dei presupposti pedagogici e didattici in questo ambito considerati. Infatti, se la persona priva della vista è stata abituata a fare esperienza di realtà e quindi della sua trasformazione in immagine simbolica, trova nel progetto utopico del Centro Mondiale di Comunicazione la sua piena comprensione, anche in relazione alle molteplici finalità ideali espresse nei disegni e nelle sculture destinate ad arredare gli spazi più significativi della città.

La complessità del tema ha imposto la concentrazione solo sulla *Fontana della Vita*, il monumento più significativo dell'intero complesso urbanistico. La sua rappresentazione è stata da noi realizzata con un modello tridimensionale a tutto tondo, accompagnata da una legenda in testo ingrandito e braille, con la descrizione semplificata ma dettagliata delle parti che compongono l'opera.

Oltre al modello tridimensionale a tutto tondo della *Fontana della Vita*, abbiamo realizzato anche la mappa tattile in cui è rappresentata la pianta architettonica del piano terra della casa-museo, dove è ubicato sia lo studio-laboratorio, sia la zona destinata all'esposizione delle opere d'arte. In essa sono stati evidenziati dei riferimenti tattili per facilitare la lettura degli ambienti con l'ubicazione nello spazio delle grandi sculture concepite da Andersen per la sua città ideale.

Grazie alla direzione del Museo, che ha messo a disposizione tre modelli a tutto tondo in bronzo delle opere presenti nella sala espositiva, è stata possibile la conoscenza diretta, anche da parte delle persone non vedenti, delle tre opere scultoree monumentali esistenti, difficilmente esplorabili direttamente con il tatto date le loro dimensioni.

La percezione tattile di sculture che riproducono soggetti classici risulta comunque facilitata in quanto sono opere molto dettagliate e ricche di particolari facilmente comprensibili al tatto.

Nella scultura il colore non riveste carattere discriminante per le persone non vedenti in quanto esso non è elemento sostanziale.

La novità del progetto presentato è stata quella di ampliare lo strumento didattico tradizionale come la 'tavola tattile termoformata', leggibile solo dalle persone non vedenti, con un supporto grafico a forte contrasto cromatico tale da renderla accessibile a tutti, rispondendo quindi ai canoni dettati dal *design for all*.

Ulteriore elemento innovativo, sperimentato dal nostro Centro di produzione del materiale tiflodidattico, è stato quello di inserire nelle tavole visuo-tattili la tecnologia QR Code (*quick response code*) in grado di completare l'informazione con collegamenti ipertestuali audio e video attraverso l'uso di smartphone.

Le tavole visuo-tattili con QR Code sono state collocate su appositi espositori all'interno dell'edificio Museo, opportunamente orientate per facilitare l'esplorazione dei luoghi da visitare.

Sinteticamente il progetto è stato così strutturato:

- due elaborati planimetrici in alto rilievo del villino, dove si evidenzia la geometria degli spazi in proiezione ortogonale e la localizzazione delle sculture esposte. Di fondamentale importanza risulta essere la legenda esplicativa in braille, che permette l'immediata lettura dei luoghi descritti.

Attraverso la lettura tattile dei rilievi proposti nelle tavole è possibile avere un'idea delle geometrie, delle proporzioni e delle complesse opere scultoree e stilistiche dell'epoca in cui è stata costruita.

- un modello tridimensionale a tutto tondo della *Fontana della Vita* (fig. 1-4). Tale modello è stato realizzato attraverso l'assemblaggio di materiali plastici resistenti e piacevoli al tatto, preventivamente disegnati e lavorati con pantografi a controllo numerico per dare forma alle geometrie e collocazione alle opere d'arte realizzate per il monumento.

Gli elaborati prototipali planimetrici sono costituiti da:

- una plancia in pvc trasparente termoformata riprodotta e stampata attraverso una matrice termoresistente in ABS lavorata con plotter elettronico



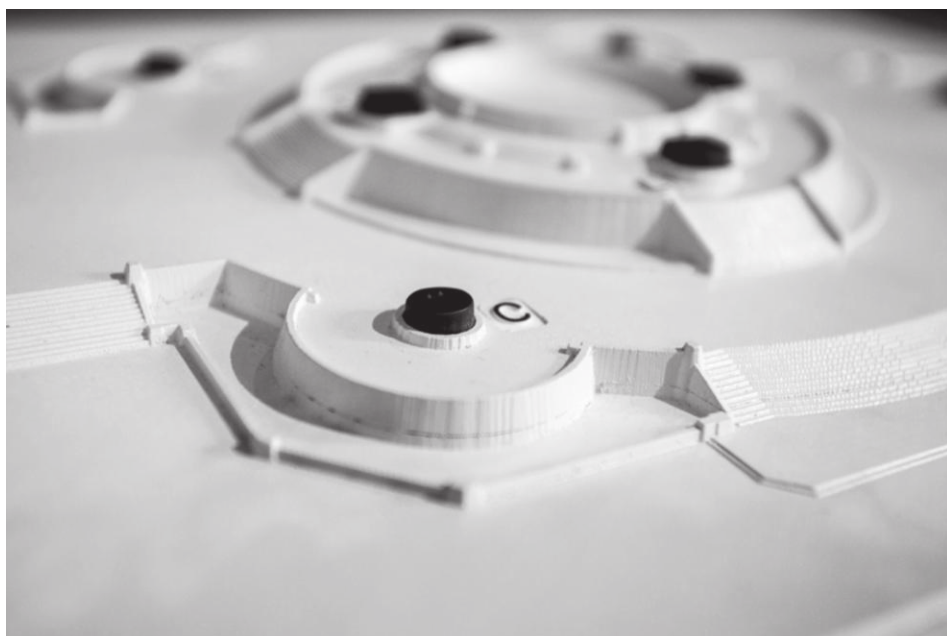
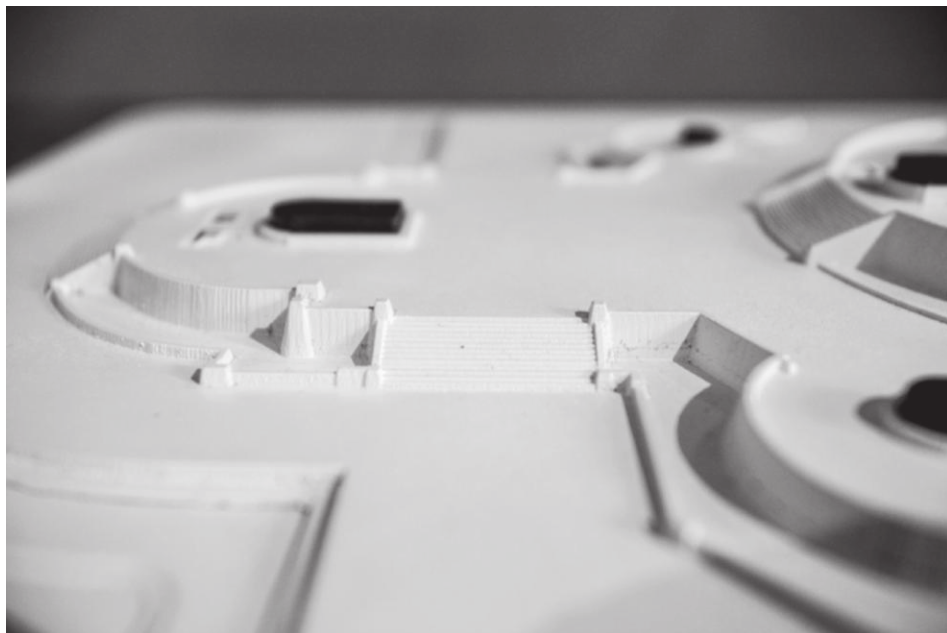


Fig. 1-2. *Modello tattile della Fontana della Vita (particolare)*, Roma, Museo H.C. Andersen, Galleria



Fig. 3-4. *Esplorazione del modello tattile della Fontana della Vita, Roma, Museo H.C. Andersen, Galleria*



Fig. 5. Tavola visuo-tattile con QR Code collocata nel supporto Museo Facile, Roma, Museo H.C. Andersen

tridimensionale a controllo numerico. In essa, risiede il disegno in rilievo per i non vedenti corredato di scrittura braille;

- una stampa a colori posta sotto la plancia trasparente in corrispondenza dei rilievi: questo allo scopo di aiutare la lettura delle persone ipovedenti essendo elaborata con particolari accorgimenti cromatici e accorgimenti grafici, che sono stati sperimentati e codificati dal progetto *Civis / Città Visibili*<sup>2</sup>;
- un QR Code posto in ogni tavola tattile, accessibile con un qualunque dispositivo dotato di fotocamera e software necessario per la lettura (fig. 5). Tale codice consente un collegamento a informazioni aggiuntive sul complesso museale, sulle opere in esso contenute e sulla sua contestualizzazione urbanistica.

È auspicabile, nel futuro, ma non realizzato nel progetto, un percorso tattile a terra con corrimano, che possa facilitare e rendere autonoma la visita alla persona con disabilità visiva.

2. Cfr. P. Bucciarelli, *Ci.Vis. Città Visibili. Strumenti, metodi e tecniche per la realizzazione di mappe visuo-tattili architettoniche, urbane e urbanistiche*, Bologna 2004.

Per le statue di grande formato, realizzate ed esposte al Museo, sarà possibile, qualora il progetto vada avanti, realizzarle in scala ridotta grazie all'ausilio di uno scanner ottico tridimensionale. L'immagine della statua, rielaborata con l'uso di un software, opportunamente ridisegnata a tutto tondo, potrà essere riprodotta tridimensionalmente con l'utilizzo della prototipazione rapida per mezzo di una stampante tridimensionale.

La riproduzione dell'immagine simbolica acquisita tramite lettura tattile e immaginativa può essere verificata attraverso l'attività di laboratorio di modellazione plastica che si potrà proporre ai visitatori vedenti e non. Con l'uso di materiali plastici verranno riproposti soggetti esistenti nelle sale espositive al fine di comprendere maggiormente gli elementi caratterizzanti le opere d'arte dal punto di vista dei materiali usati, delle loro forme e delle tecniche.

Le persone non vedenti attraverso la lettura tattile delle opere possono così comprendere meglio il progetto di città ideale di Andersen, il cui scopo era di riunire i migliori artisti e scienziati del mondo in nome della cooperazione e del progresso delle nazioni e dell'umanità.

Ciò che è stato realizzato nel progetto *Museo Facile* rappresenta l'inizio di un percorso condiviso, atto alla realizzazione della piena autonomia della persona che non vede anche nei luoghi d'interesse culturale e artistico.

VINCENZO LA FRANCESCA, LUCIO ZITO<sup>3</sup>

*QR Code e sito web accessibili*

Riportando la memoria alle schede perforate o ai primi grandi elaboratori con cui si poteva interagire solo se in possesso di conoscenze informatiche di alto profilo, si comprende subito quanta strada abbia fatto la tecnologia e quanto essa sia cambiata per diventare fruibile a tutti, come sia divenuta *user friendly*.

Questa evoluzione, paradossalmente, se ha aperto a molti la strada verso l'uso del computer e delle tecnologie informatiche in generale, per alcuni, ad esempio per i disabili della vista, ha costituito un ulteriore ostacolo da superare. Un esempio eclatante di ciò è stato il passaggio dal linguaggio testuale dei vecchi sistemi operativi alle interfacce grafiche a

3. Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi ONLUS, Roma.

finestre dei sistemi di nuova generazione. Certo, i nuovi sistemi di interazione consentivano a grandi masse di persone, senza particolare cultura, di accedere alla rete globale e ad internet, di utilizzare i social network, gli *instant messengers* e di scambiare dati *peer to peer*, ma per altri si poneva seriamente un problema di 'accessibilità'.

L'accessibilità è intesa come la caratteristica di un dispositivo, di un servizio, di una risorsa o di un ambiente d'essere fruibile con facilità da una qualsiasi tipologia d'utente. Comunemente il concetto di accessibilità viene associato, quindi, alla possibilità di accesso alle risorse di cui trattasi da parte di persone con deficit motorio, sensoriale o psichico.

Nell'era in cui predominano le tecnologie informatiche, che hanno permesso un aumento esponenziale delle informazioni in circolazione, il dibattito e le soluzioni sull'accessibilità si sono focalizzati sui siti web, nel tentativo di ridurre il *Web Accessibility Divide*, ovvero il divario tra coloro che possono accedere in maniera autonoma alle risorse web e coloro che non possono. Tale è stata la battaglia in tal senso, soprattutto fra la fine del secolo scorso e gli inizi del terzo millennio, da produrre una legislazione e una regolamentazione trans-nazionali che hanno imposto norme precise in materia.

Mentre gli Stati Uniti hanno da subito promosso disposizioni legislative, che obbligavano i costruttori hardware e software a tener presenti anche le categorie disagiate, in Italia e in Europa, tutto ciò stato recepito solo in parte e molto più tardi.

Il principio del *design for all* applicato nella legislazione d'oltreoceano, va oltre il rendere accessibile qualcosa che già esiste: esso prevede la progettazione di un qualcosa che sia fruibile da tutti e quindi accessibile a tutti.

Per quanto ci riguarda la legge di riferimento è la n. 4 del 9 gennaio 2004, conosciuta come Legge Stanca relativa alle disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici<sup>4</sup>.

Mentre ancora si discute se, ad esempio, un sito accessibile possa essere gradevole alla vista, la tecnologia continua a progredire e ci si trova costretti a compiere il passo successivo: a garantire, cioè, un buon grado di accessibilità e contemporaneamente raggiungere un livello sempre maggiore di 'usabilità' intesa come «la capacità di un sistema di essere compreso,

4. <http://www.camera.it/parlam/leggi/040041.htm>.

appreso, utilizzato e attraente per gli utenti quando usato sotto condizioni specificate»<sup>5</sup>. In altre parole, dato il *mare magnum* delle informazioni ormai presenti in rete, dobbiamo consentire a ogni utente, di raggiungere le informazioni di cui necessita nel modo più rapido, efficace ed efficiente possibile. Questa strategia risponde non solo all'esigenza di compiere il minor sforzo possibile per il raggiungimento del risultato, ma anche a quella di consentire all'utente con deficit, di restare al passo della società che si muove a un ritmo sempre più veloce e quindi, in ultima analisi, di permettere ai cittadini disabili di raggiungere la piena autonomia.

È chiaro che perché si realizzi a pieno il principio di uguaglianza, i criteri di accessibilità e di usabilità non possono riguardare esclusivamente le tecnologie e il web in particolare, ma tutti gli ambiti della vita sociale. In questo senso possiamo affermare che uno dei migliori indicatori del livello di progresso di una società è quello basato sulla possibilità offerta ai diversamente abili di avere accesso alle informazioni, di accedere e muoversi autonomamente in ambienti fisici e di accedere e fruire a contenuti culturali sia per motivi professionali, sia personali, sia ricreativi.

Fatta questa doverosa premessa è necessario porre l'accento sul fatto che le metodologie di acquisizione delle informazioni differiscono a seconda del tipo di tecnologia e del canale di acquisizione che l'utente utilizza ed ovviamente differiscono anche i tempi. Tornando al punto centrale della questione e cioè ridurre il più possibile il *digital divide*, appare chiaro come ogni mezzo che consenta ai diversamente abili di raggiungere l'informazione nello stesso tempo dei normodotati è utile allo scopo.

In quest'ottica i display braille, gli *screen reader*, le sintesi vocali, i sistemi di video ingrandimento e ogni altra tecnologia assistiva, possono risultare vincenti, ma non basta: è necessario che l'informazione sia raggiungibile con immediatezza e cioè, se parliamo di siti web, che le immagini siano etichettate a dovere, che la gerarchia dei contenuti sia chiara ed immediata, che l'utente, nel corso della navigazione, abbia costantemente coscienza di dove si trovi nell'ambiente virtuale che sta visitando.

Il progetto *Museo Facile* ha preso le mosse proprio da tutte queste considerazioni espresse sin qui.

5. [http://it.wikipedia.org/wiki/Usabilità\\_del\\_web](http://it.wikipedia.org/wiki/Usabilità_del_web).

L'idea è di ampliare lo strumento didattico tradizionale come la tavola tattile termoformata, leggibile solo dalle persone non vedenti, con un supporto grafico a forte contrasto cromatico che la rende accessibile a tutti, rispondendo dunque, ai canoni del *design for all*.

Ma l'elemento innovativo sperimentato dal nostro Centro di produzione del materiale tiflodidattico è rappresentato dalla possibilità di inserire nelle tavole visuo-tattili la tecnologia QR Code in grado di completare l'informazione con collegamenti ipertestuali anche a contenuti audio e video, attraverso l'uso dello smartphone<sup>6</sup>.

Le tavole visuo-tattili con QR Code sono state collocate all'interno dell'edificio Museo, opportunamente orientate per facilitare l'esplorazione dei luoghi da visitare.

Il QR Code apposto in ogni tavola, in modo da risultare facilmente localizzabile con il tatto poiché confinato in una struttura rettangolare in rilievo, è leggibile mediante un qualunque dispositivo dotato di fotocamera e software necessari per l'acquisizione di tali contenuti. Normalmente i comuni smartphone sono ideali per tale operazione. Nel caso specifico di persone con problemi di vista è necessario che lo strumento di acquisizione sia dotato di un ulteriore software di vocalizzazione dei contenuti (*screen reader*) o di ingrandimento del contenuto a schermo (*screen magnifier*). Nei nuovi smartphone tali software aggiuntivi sono gratuiti e facilmente attivabili. Il QR Code può contenere informazioni aggiuntive, ovvero può far riferimento ad un collegamento a siti web o contenuti multimediali.

Questa tecnologia, semplice e a costi irrisori, può essere applicata a molti ambiti, ma sembra particolarmente adatta a situazioni come quella descritta, proprio perché consente l'acquisizione delle informazioni in tempi molto ristretti contribuendo così a ridurre il *digital divide*.

6. Un codice QR (in inglese *QR Code*, abbreviazione di *Quick Response Code*) è un codice a barre bidimensionale composto da moduli neri disposti all'interno di uno schema di forma quadrata. In un solo crittogramma sono contenuti 7.089 caratteri numerici o 4.296 alfanumerici. Il nome QR è l'abbreviazione dell'inglese *quick response* (risposta rapida), in virtù del fatto che il codice fu sviluppato per permettere una rapida decodifica del suo contenuto. Cfr. S. Besana, *L'uso del QR Code come tecnologia didattica: uno studio esplorativo*, in «TD-Tecnologie Didattiche», 2010, 51, p. 35.

MARIO ANDREA ETTORRE\*

## Come comunicare il nostro patrimonio

Essere chiamati istituzionalmente a comunicare il patrimonio culturale italiano ovvero a veicolare la conoscenza – come risorsa moltiplicabile e condivisibile – presso la comunità civile, contribuendo a garantire a ciascuno, attraverso l'informazione, il diritto ad una piena accessibilità, significa operare su una serie di dimensioni sociali – memoria, identità, appartenenza, inclusione – che concorrono di fatto a ricomporre ogni giorno, nella coscienza collettiva, l'attualità della sua consistenza storica, la sua ampiezza e la sua rilevanza nel presente.

Significa cioè favorirne il 'riconoscimento' e la fruizione come presupposti di tutela e di valorizzazione – da attivare peraltro in forme sostenibili e collaborative – attraverso l'individuazione di nuove strategie di promozione, attraverso l'uso combinato dei media e attraverso la messa in campo di modalità di contatto/risposta rispetto ad una domanda di dati e notizie da parte dei pubblici sempre più evoluta e consapevole, diversificata, capillare, 'liquida'<sup>1</sup> nonché in grado di valutare qualità e quantità delle informazioni ricevute.

Ne costituiscono la premessa, nel contesto generale dei flussi della comunicazione contemporanea, molteplici, quotidiani, integrati in una relazionabilità diffusa<sup>2</sup> e tuttavia funzionali al cambiamento e alla crescita culturali solo se veicolati con un linguaggio coinvolgente, inclusivo, decodificabile da tutti, gli obiettivi specifici di una vera comunicazione culturale e sociale<sup>3</sup>, del percorso etico e di responsabilità che essa implica – in quanto

\* Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Direzione Generale per la Valorizzazione, servizio II, Comunicazione e promozione (2009-2014).

1. M. Castells, *Comunicazione e potere*, Milano 2009.

2. B. Mazza, A. Volterrani, *Reti sociali e sense making per una relazionabilità diffusa*, in *Oltre l'individualismo*, a cura di M. Morcellini e B. Mazza, Milano 2008.

3. G. Peruzzi, *Fondamenti di comunicazione sociale*, Roma 2011; R. Silverstone, *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Milano 2009.



luogo di confronto e di scambio tra soggetti collettivi diversi, pubblico/istituzionale, privato e civile – nel produrre nuovi immaginari, orientati, nella fattispecie, al continuo ampliamento della nozione di patrimonio come ‘bene comune’ e della sua percezione come valore ereditato, trasmissibile e da condividere.

Nel triennio 2010-2012 – a fronte di una disomogeneità rilevata più volte tra la significativa consistenza delle dotazioni materiali e immateriali del patrimonio e i suoi effettivi livelli di promozione – i criteri alla base del piano di comunicazione istituzionale del Dicastero, in particolare per le iniziative su scala nazionale, sono stati quelli di impostare campagne integrate, attraverso l'utilizzo di *mediamix* – stampa, *outdoor*, tv, radio, *ambient*, web e *social* – con l'obiettivo di sensibilizzare target specifici (*Stupiteci; Signore si pArte!; 5x Mille, etc.*), promuovere un determinato appuntamento o evento (*La Settimana della Cultura; Giornate europee del patrimonio; A San Valentino innamorati dell'arte; MiBACi?; Festa della Donna; Domenica di Carta. Archivi e biblioteche si raccontano; La notte dei musei, etc.*), e stimolare un diverso comportamento (*Se non lo visiti... lo portiamo via* (fig. 1); *L'arte ti fa gli auguri, etc.*), in modo da raggiungere le diverse fasce di destinatari con una serie di *claim* dal forte impatto creativo, talvolta anche provocatorio, per suscitare emozioni, crescita di interesse, occasioni di confronto, reazioni e dibattiti sulle tematiche proposte e dunque forme propositive di ‘appropriazione’ identitaria del patrimonio.

Nel caso dell'esperienza di *Museo Facile* e del percorso di formazione universitaria relativo al Museo H.C. Andersen di Roma, la focalizzazione della *mission* su finalità di ‘apertura’ e ‘accessibilità’ al museo e sull'*engagement* di categorie di pubblico diverse, ha permesso di affrontare alcuni passaggi fondamentali di ogni piano di comunicazione – individuazione del target di riferimento e delle caratteristiche del servizio/evento, identificazione dello scopo del messaggio, studio dei contenuti, scelta delle informazioni contestuali di rilievo, valutazione dei canali da utilizzare – orientandoli, attraverso uno *storyboard*, intorno ad una struttura narrativa costruita su un repertorio comune di tipologie di visitatori e sui rituali di approccio al museo più familiari e spesso ricorrenti: ammirazione/soggezione culturale, stupore/imbarazzo, curiosità/scarsa comprensione.

L'esito – una serie di statue che parlano, scendono dai basamenti e fanno da guide – è stato posizionato in modo da arrivare ad evidenziare

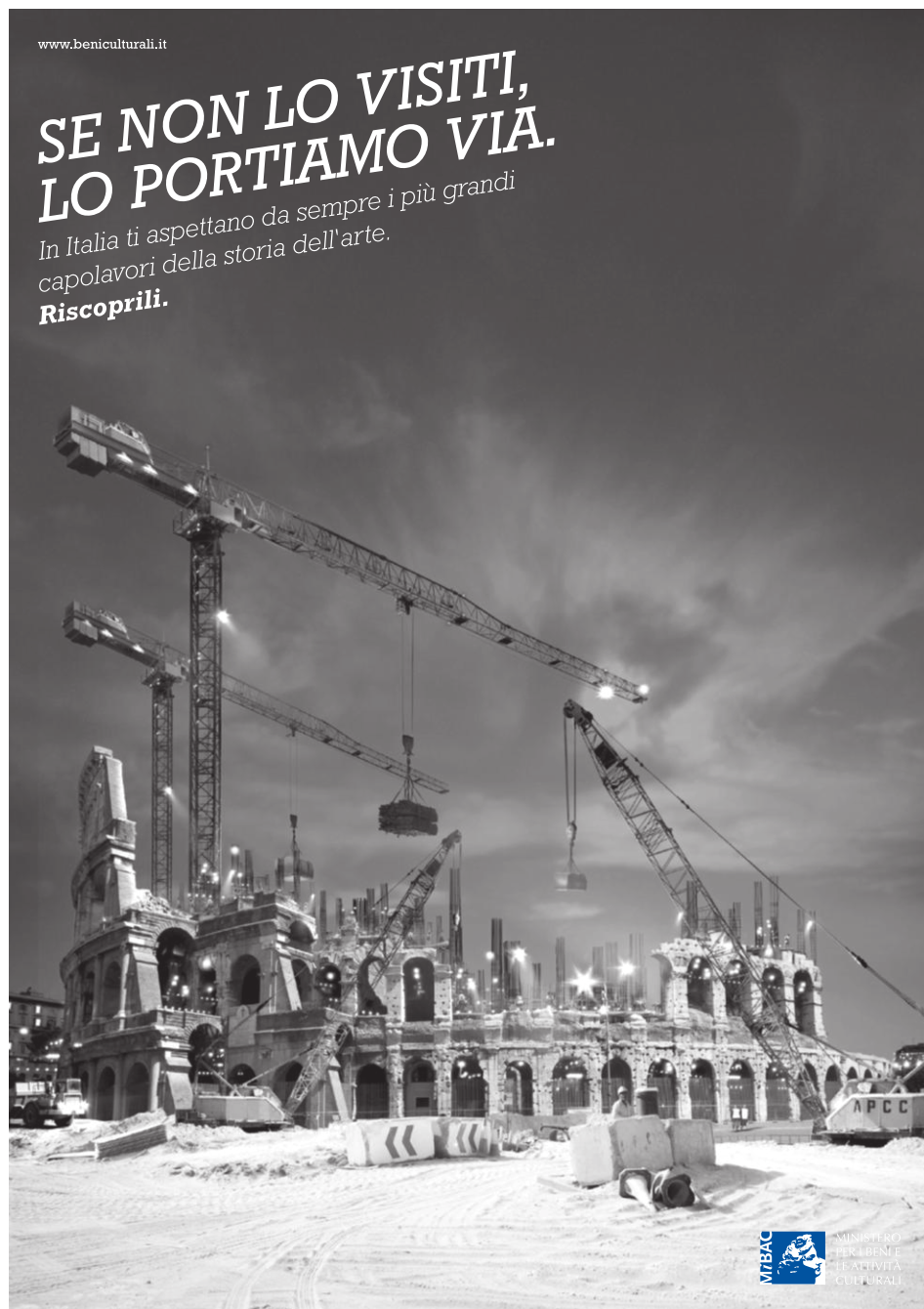


Fig. 1. *Se non lo visiti lo portiamo via*, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Campagna di comunicazione, 2010

l'idea che l'animazione' del *contest* espositivo, nell'interagire con la varietà della domanda e dei livelli di ricezione dei pubblici, potesse venire a coincidere con una serie di rimandi alla riduzione delle barriere linguistiche e sensoriali, all'accoglienza e alla facilitazione fruitiva, contribuendo a rimuovere gli standard presenti nelle raccolte dell'immaginario collettivo, attraverso la proposta di un *remix* concettuale di partecipazione attiva fra 'opere' e 'attori/visitatori' chiamati a rapportarsi in una nuova modalità di frequentazione degli spazi museali.

Trasmettere e far circolare cultura implica dunque l'assunzione della pubblicità sociale, delle campagne di pubblica utilità e dei relativi canali come spazi liberi per insediamenti produttivi di beni immateriali, al cui interno gli aspetti valoriali emergano in termini di garanzie di accesso e di ritorno democratico.

È, in altri termini, anche grazie a una assunzione di responsabilità nel comunicare, che i cittadini – in particolare i più giovani – sono messi in grado di 'costruire' forme e stili comunicativi, di 'ri-conoscersi' nel patrimonio e, non ultimo, di ri-lanciare immaginari collettivi innovativi attingendo all'insieme delle storie presenti nel sociale.

ROBERTA BARTOLI, FRANCESCO TERSIGNI<sup>4</sup>

#### *Lo storyboard per un video promozionale*

Nell'ambito di *Museo Facile* l'intento di valorizzare le finalità di percorso e, più in generale, di far conoscere la realtà del progetto anche al di fuori della struttura stessa – oggetto di sperimentazione – ha orientato la ricerca intorno alla definizione di un nucleo concettuale e narrativo, finalizzato alla realizzazione di un breve messaggio pubblicitario – uno *spot* video – in grado di veicolare il processo di riqualificazione degli apparati comunicativi museali.

Se infatti è vero che l'obiettivo di *Museo Facile* è quello di rendere accessibile in maniera funzionale il museo in cui opera, attraverso un piano di comunicazione ed una serie di relativi interventi, è anche vero che *Museo Facile* – come progetto applicato – ha bisogno di farsi conoscere dal

4. Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

pubblico ed essere veicolato *on-line*, risultando facilmente riconoscibile, in prospettiva, anche in altri contesti all'interno dei quali, in futuro, fosse chiamato a operare.

Sulla base di tali premesse è venuta configurandosi l'idea di realizzare uno *storyboard* per focalizzare in breve tempo le idee e per dare forma ad una sequenza narrativa efficace nel sintetizzare – e dotare di impatto – l'idea progettuale.

Uno *storyboard*<sup>5</sup> – alla lettera una 'tavola della storia' – è una sceneggiatura disegnata di un fumetto o anche, per esempio, di un'opera da girare: si tratta cioè di una modalità tecnica e artistica di rappresentazione grafica composta da sequenze di immagini, disegnate e poste in successione cronologica, successiva in genere alla sceneggiatura scritta e impiegata nella fase di progettazione di film, video, opere multimediali. Sotto i disegni possono venire indicati i movimenti e la direzione delle riprese, le azioni dei personaggi, il posizionamento degli oggetti; possono, inoltre, essere descritte le scene, riportati brani del dialogo, etc.

Si è poi iniziato a valutare come intervenire adeguatamente sull'animazione del racconto attraverso il ricorso a uno *story reel* (detto anche *animatic*) ovvero al montaggio in sequenza delle scene dello *storyboard*, alle quali viene di norma aggiunta un traccia sonora temporanea (con musica e voci dei personaggi), in modo da creare un filmato in grado di fornire il senso del ritmo e di visualizzare la scena in maniera più dettagliata, adattandosi, nella fattispecie, alla realtà museale su cui il progetto ha operato.

Come spunto per la storia si è partiti dall'idea di 'ribaltare' ruoli e posizionamenti comunemente assegnati al pubblico e alle opere in un percorso tradizionale di visita guidata all'interno di un museo, strutturando l'azione di un personaggio principale – ripreso peraltro, sempre in un'ottica di comunicazione integrata, dal progetto grafico di una locandina realizzata per un evento promozionale dello stesso *Museo Facile* – intorno ad una statua colta nell'atto di scendere dal basamento per condurre i visitatori alla scoperta delle collezioni.

5. Un ringraziamento particolare va a Massimo Sanna (Pennamagica, Roma), per la condivisione di alcuni dei principi di base, teorico-operativi di un progetto di comunicazione e per la sua passione per volerne trasmettere ai più giovani logiche e potenzialità nel quotidiano.

A. Balzola, R. Pesce, *Storyboard. Arte e tecnica tra lo script e il set*, Roma 2009.

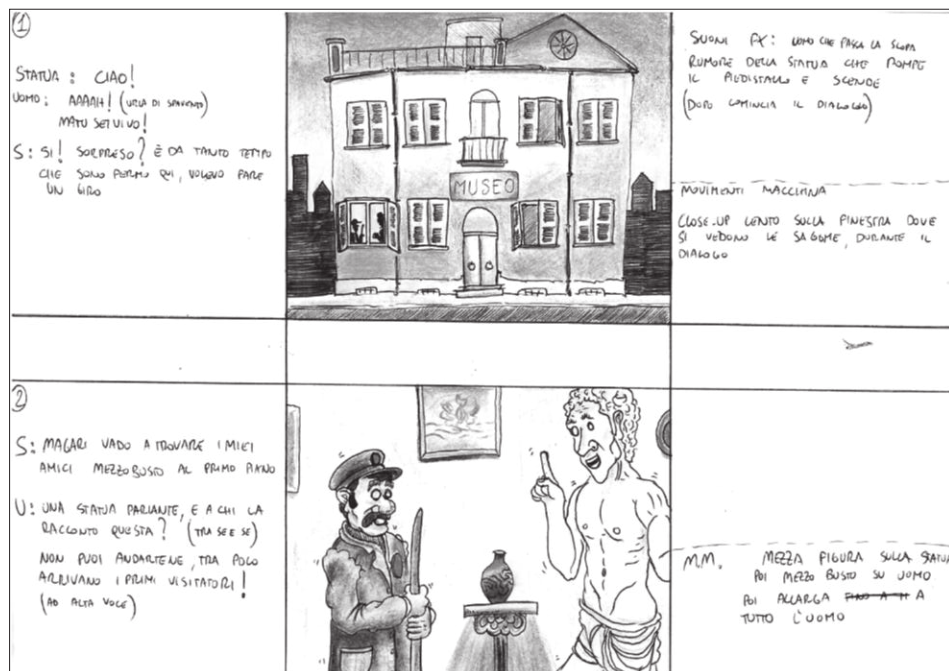


Fig. 2. Storyboard del video promozionale del progetto Museo Facile, disegno delle scene 1-2 (autore: Francesco Tersigni)

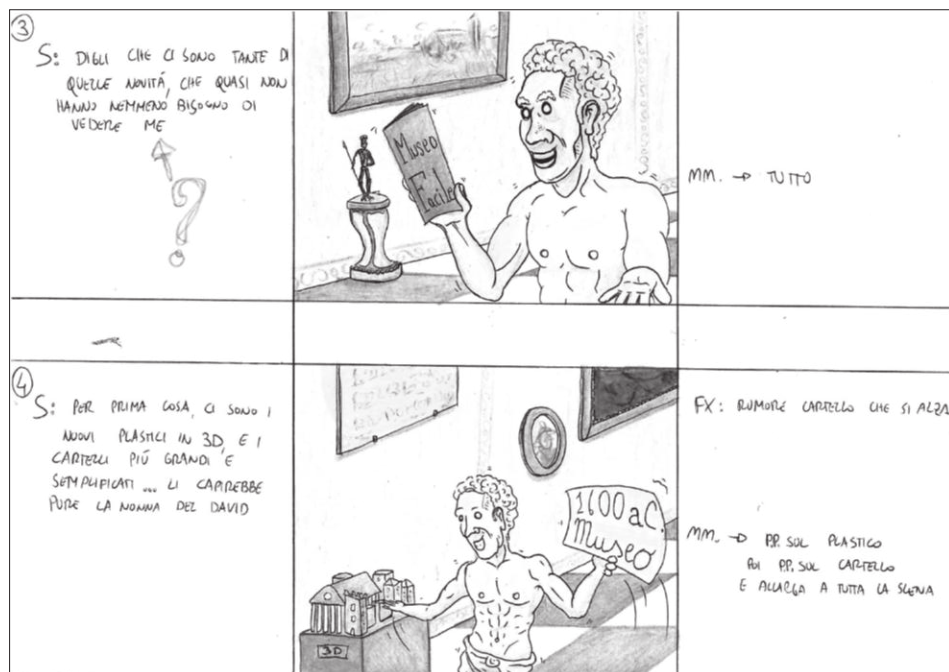


Fig. 3. Storyboard del video promozionale del progetto Museo Facile, disegno delle scene 3-4 (autore: Francesco Tersigni)

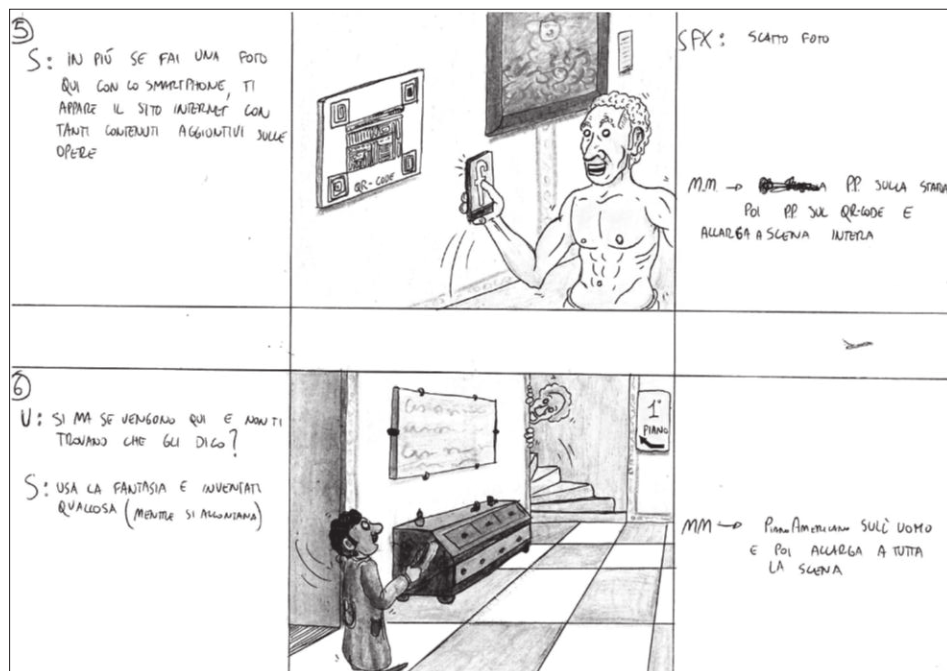


Fig. 4. Storyboard del video promozionale del progetto Museo Facile, disegno delle scene 5-6 (autore: Francesco Tersigni)

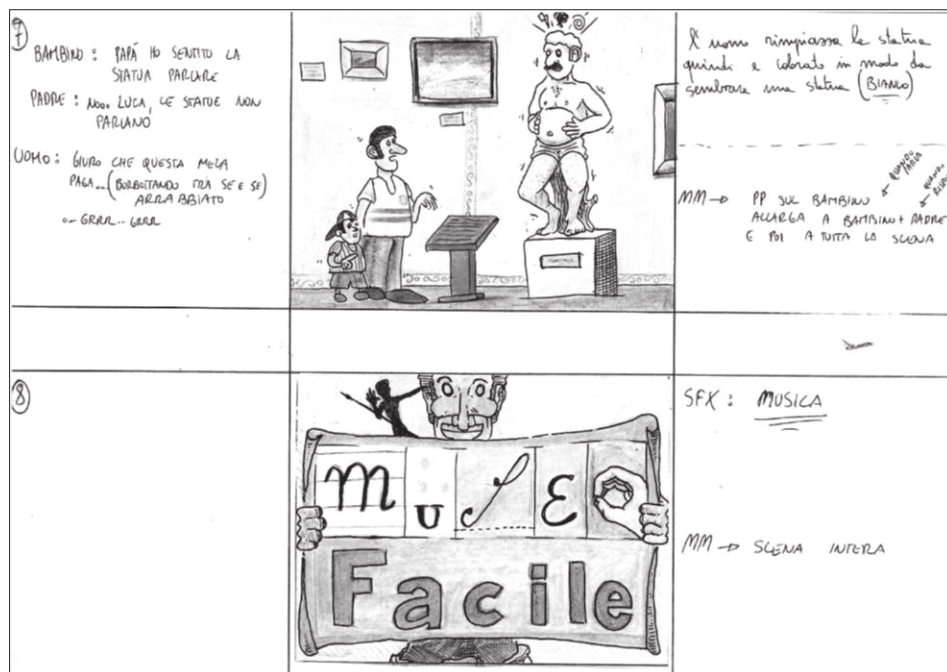


Fig. 5. Storyboard del video promozionale del progetto Museo Facile, disegno delle scene 7-8 (autore: Francesco Tersigni)

Si è quindi passati a domandarsi cosa è importante comunicare e, soprattutto, in che modo trasmettere *Museo Facile*.

Fissato il protagonista ed individuato nell'*animatic* un mezzo traspositivo funzionale e sostenibile, il come organizzare la narrazione era infatti tutt'altro che scontato.

L'obiettivo consisteva nel trasmettere alle persone in che cosa il percorso fosse intervenuto sulla riqualificazione degli apparati comunicativi museali, chiarendo che nei luoghi dove si fosse reso operativo sarebbe stato possibile trovare informazioni semplificate, pannelli esplicativi, nuove grafiche, *Qr-code* con contenuti extra (filmati in LIS, link di approfondimento, rimandi), riproduzioni in 3D delle opere per i non vedenti, etc.

Sono stati creati, quindi elaborati – attraverso *storyboard* – due percorsi: nel primo, un passante entra in un museo dalle luci spente e con stupore si imbatte in una statua che accende la luce e lo guida alla scoperta delle novità introdotte all'interno; man mano che la visita procede subentrano, aggiungendosi, persone di nazionalità diverse a richiamare la diversificazione dei pubblici cui il *concept* progettuale mira a garantire piena accessibilità.

Una volta effettuati gli schizzi delle scene ci si è resi conto tuttavia che, per raffigurare pubblici differenziati e renderli riconoscibili, sarebbe stato necessario fare uso di stereotipi che avrebbero reso lo *storyboard* stesso convenzionale e prevedibile.

Questa prima idea era quindi da scartare o, quantomeno, da rivedere.

Nel secondo *storyboard* si è invece deciso di eliminare i 'pubblici' e di ricorrere solo a due personaggi, ovvero alla statua parlante e al guardiano del museo. La storia inizia con la statua 'a figura intera' che, immobile ormai da secoli e stanca di stare ferma, decide di andare a trovare i suoi amici 'a mezzo busto' al piano superiore del museo: mentre il guardiano tenta di fermarla in vista dell'arrivo dei visitatori, essa gli spiega tutti i cambiamenti apportati negli apparati comunicativi del museo, i quali sono talmente numerosi e funzionali, agli effetti della conoscenza delle raccolte, che i visitatori 'quasi' non hanno più bisogno delle opere.

Alla fine, il guardiano si vedrà tuttavia costretto a travestirsi e a prendere il posto, davanti ai visitatori, della statua stessa a conferma del paradosso concettuale verificatosi della sostanziale unicità e, soprattutto, dell'insostituibilità del bene culturale.

FABIANA VEROLINI\*

## La proposta istituzionale di formazione per il web

Come responsabile della pubblicazione dei contenuti sul web della Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea ho avuto l'opportunità di indirizzare il lavoro di tre tirocinanti dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale nell'ambito del progetto *Museo Facile*. Definisco 'opportunità' il lavoro con i laureandi perché l'esperienza professionale del tutor ha l'occasione di unirsi con il fresco entusiasmo di chi si affaccia al mondo del lavoro e nello specifico alla comunicazione in Rete.

Le indicazioni di lavoro rispetto al risultato da ottenersi sono state differenziate per i tre tirocinanti che si sono occupati, in questa fase, della divulgazione in Rete del progetto: Alessandra Chiarlitti, Stefania Vitti e Antonio Zecca.

La verifica delle caratteristiche di forza e debolezza del sito web (analisi S.W.O.T<sup>1</sup>.) del Museo Andersen e in contemporanea la verifica della correttezza delle notizie relative al Museo riportate dai maggiori portali turistico-culturali hanno costituito il punto di partenza per la valutazione della correttezza informativa sul web<sup>2</sup>.

Un secondo step è stato costituito dal rendere fruibile alla maggior parte dei pubblici le informazioni generali del Museo come pure le gallerie fotografiche: è stato realizzato un albero di navigazione della sezione *Museo Facile*, sottocategoria dei Servizi educativi, il più *easy* possibile mentre le immagini sono state corredate di didascalie parlanti<sup>3</sup>.

\* Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea.

1. SWOT è l'acronimo di *Strengths* (Punti di forza), *Weaknesses* (Debolezze), *Opportunities* (Opportunità), *Threats* (Minacce).

2. A. Chiarlitti, *Analisi SWOT del sito web del Museo H.C. Andersen ed esame dei portali turistico-culturali*, *infra*.

3. S. Vitti, *Proposte per il sito web del Museo H.C. Andersen*, *infra*.



Da ultimo, ma solo in ordine temporale, è stato realizzato un breve video di presentazione del Museo, pubblicato e diffuso poi attraverso il medium per eccellenza: YouTube, da cui il *naming* scelto *You Andersen*<sup>4</sup>.

ALESSANDRA CHIARLITTI<sup>5</sup>

*Analisi SWOT del sito web del Museo H.C. Andersen ed esame dei portali turistico-culturali*

La prima fase di lavoro eseguito sul sito web [www.museoandersen.beniculturali.it](http://www.museoandersen.beniculturali.it) ha visto l'esame del sito internet, l'elaborazione di una matrice SWOT con relativa *swot analysis* descrittiva. La seconda fase è consistita nella valutazione dei portali turistico-culturali partendo dal presupposto che l'accesso di una risorsa culturale tramite portale non pregiudica la risorsa anzi la valorizza. Per condurre un'analisi SWOT il più possibile vicina all'indagine scientifica è stato scelto come punto di partenza di sottoporre il sito internet del Museo H.C. Andersen di Roma ai *Cultural Website Quality Principles* proposti dal progetto Minerva<sup>6</sup>. Si tratta di 10 regole<sup>7</sup> ispirate dalla norma ISO/IEC 9126-I che prevede la soddisfazione di due condizioni primarie: accessibilità ed usabilità dei contenuti al fine di costruire un prodotto valido, funzionale ed utile agli utenti remoti.

Dunque i punti di forza emersi sono la capacità attrattiva della collezione museale e il rispetto dei criteri Minerva. I punti di debolezza rivelano l'assenza di polisemanticità, di multisensorialità, di dinamicità e di interattività. L'opportunità principale da sviluppare risiede nella multimedialità. Tra le minacce da evidenziare: il vincolo ministeriale per le operazioni di modifica della grafica ed il rischio dell'oblio per la concorrenza con altre istituzioni museali aventi immagine mediatica più forte e consolidata sul web. I siti istituzionali promuovono se stessi solo con gli abituali frequentatori dell'istituzione con un tipo di rapporto

4. A. Zecca, *You Andersen: un museo a portata di click*, *infra*.

5. Laurea in Valorizzazione e Promozione dei Beni Culturali, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

6. *Handbook for ten quality Minerva principles* reperibile su [www.minervaeurope.org](http://www.minervaeurope.org).

7. Sulla base de *Il Manuale sulla Qualità dei siti web pubblici culturali* (2004, II ed. 2005), pubblicazione presente sul sito web <http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria-i.htm>, le domande da porsi sono: «Il sito è trasparente? Il sito è un archivio interattivo e reattivo? Il sito risulta aggiornato? Il sito è interoperabile? Il sito è in grado di conservare i contenuti a lungo termine? Il sito è multilingue? Il sito è efficace? Il sito è centrato sulle utenze? Il sito è gestito secondo la normativa vigente? Il sito è accessibile a tutte le utenze a prescindere dalla tecnologia utilizzata dalle abilità cognitive in loro possesso?».

7-14

En fantastisk flott og interessant utstilling. Videoen ga oss en fin innføring i haws liv og virke. Takk for oss. Jan og Mari (norvegere)

2/7/2014

INCANTEVOLE

Laura

7/3/14

BEAUTIFUL!

~~Jessica~~ USA

3/7/14 fed

6/2/14 beautiful

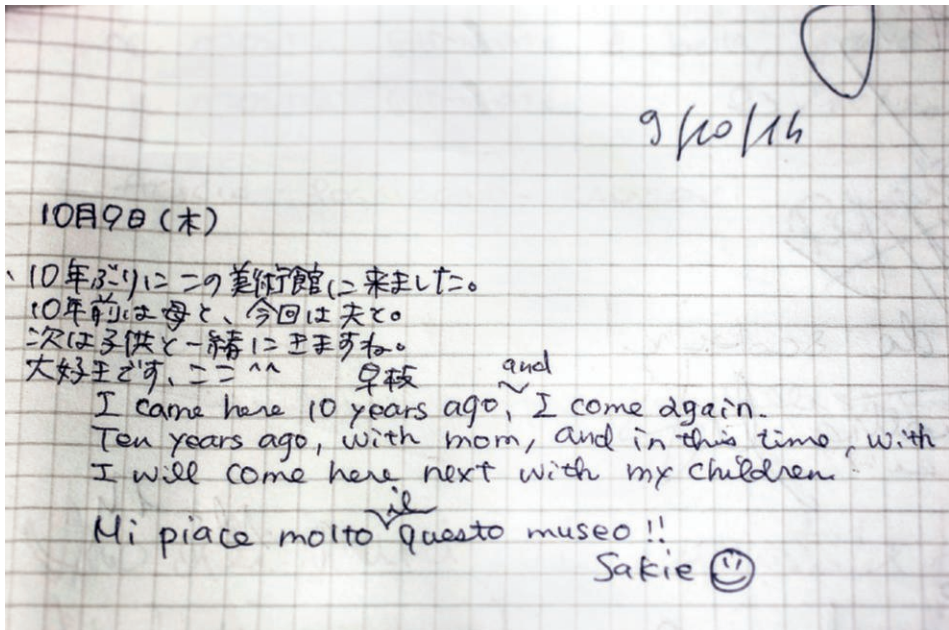
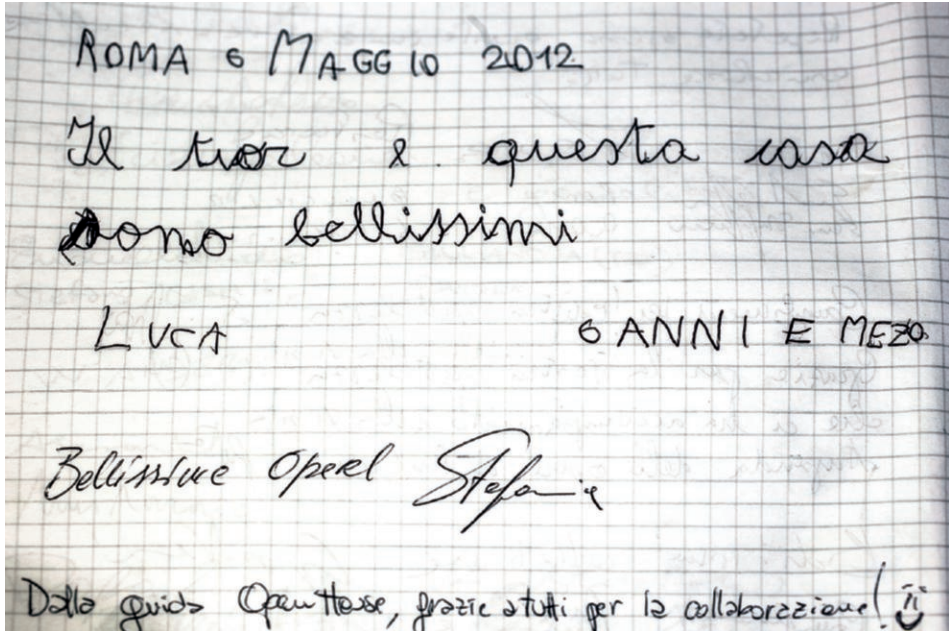
8/7-14. Annarledes!

9 LUGLIO 2014.

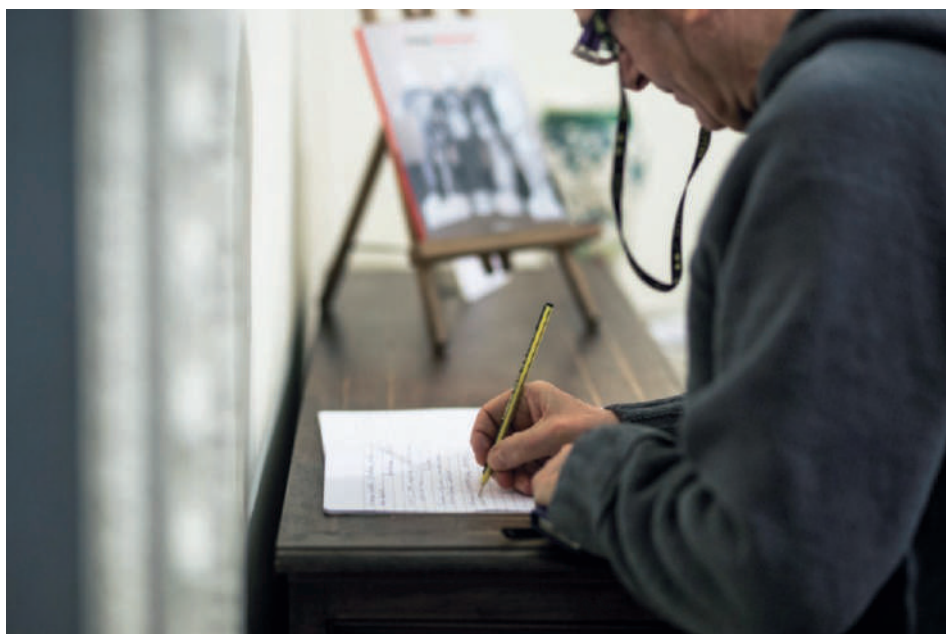
È arrivata la Lingua dei Segni Italiana LIS anche in questo museo.

Susanne  
e tutti dell' ISSR.

Lucy Thompson



Tavv. 49-50. Il Museo è frequentato da turisti di nazionalità e culture differenti. Il registro dei visitatori raccoglie riflessioni e suggerimenti del pubblico



Tavv. 51-52. Un visitatore scrive un suo commento sul registro posto all'uscita



Tavv. 53-56. Nel Museo le statue in bronzo sono disponibili per l'esperienza tattile, in modo da dare anche ai non vedenti la possibilità di conoscere l'opera



Tavv. 57-58. Una mano tocca il modello tattile per non vedenti e il pannello con la legenda in braille



Tavv. 59-60. Nello Studio ci sono alcuni turisti che osservano e fotografano le opere



Tav. 61. Visitatori che passeggiano, altri che si soffermano





Tavv. 62-63. Visitatori di età e provenienza diversa si aggirano per le sale affascinati dalla bellezza delle opere



Tavv. 64-65. Tra le opere si inseriscono in modo armonico i nuovi apparati comunicativi riconoscibili per la grafica coordinata e per il logo *Museo Facile*



Tav. 66. Incontro altri visitatori: alcuni con le schede di sala in mano, altri che ascoltano una guida



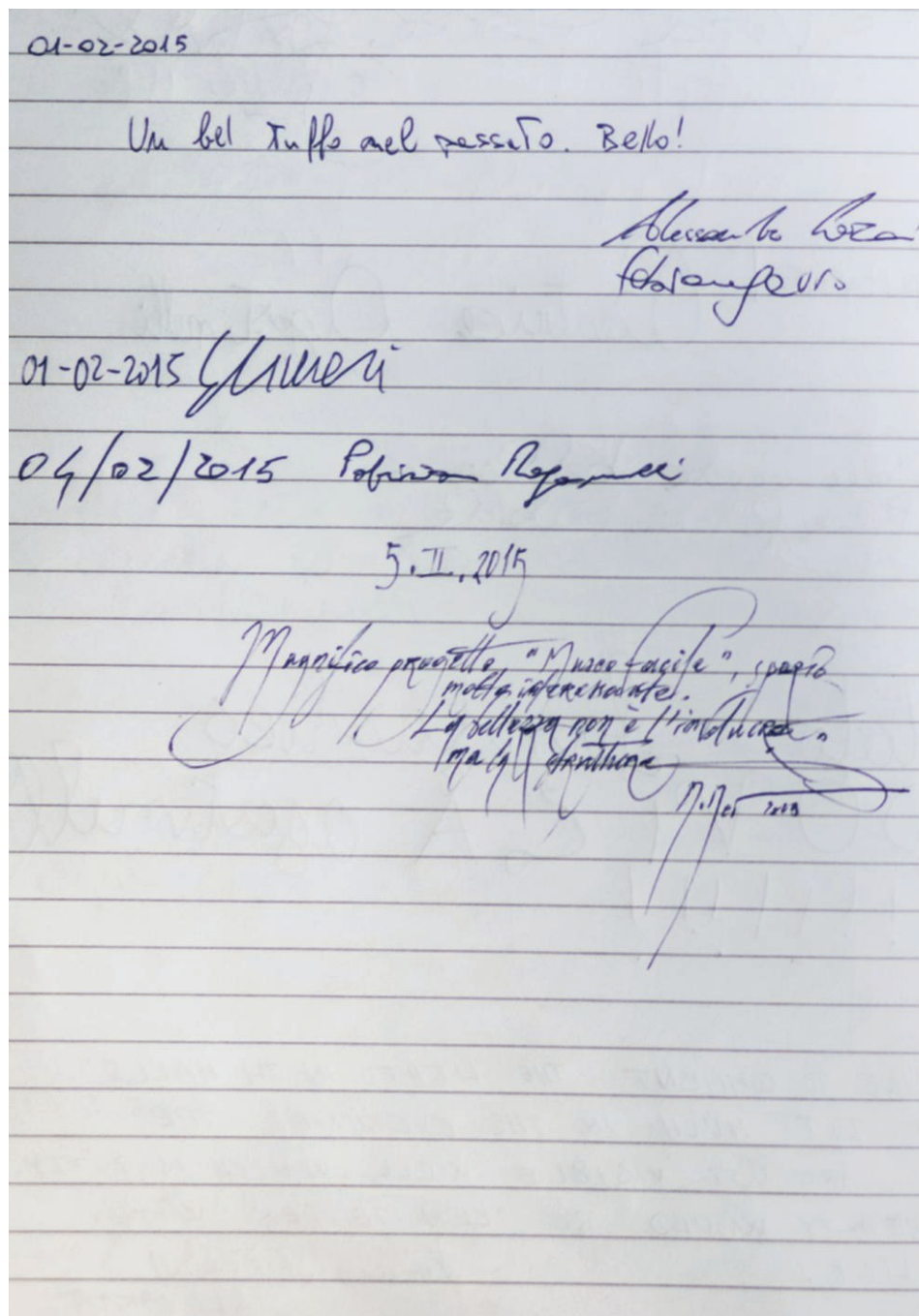
Tav. 67. Nello Studio sembra di essere sopraffatti dalle sculture maestose, bianche, leggere e dinamiche



Tavv. 68-69. Nella Galleria attirano subito l'attenzione le grandi tavole con la pianta del *Centro Mondiale di Comunicazione* eseguite con grande cura grafica e appese alle pareti



Tavv. 70-71. Il pubblico nello Studio

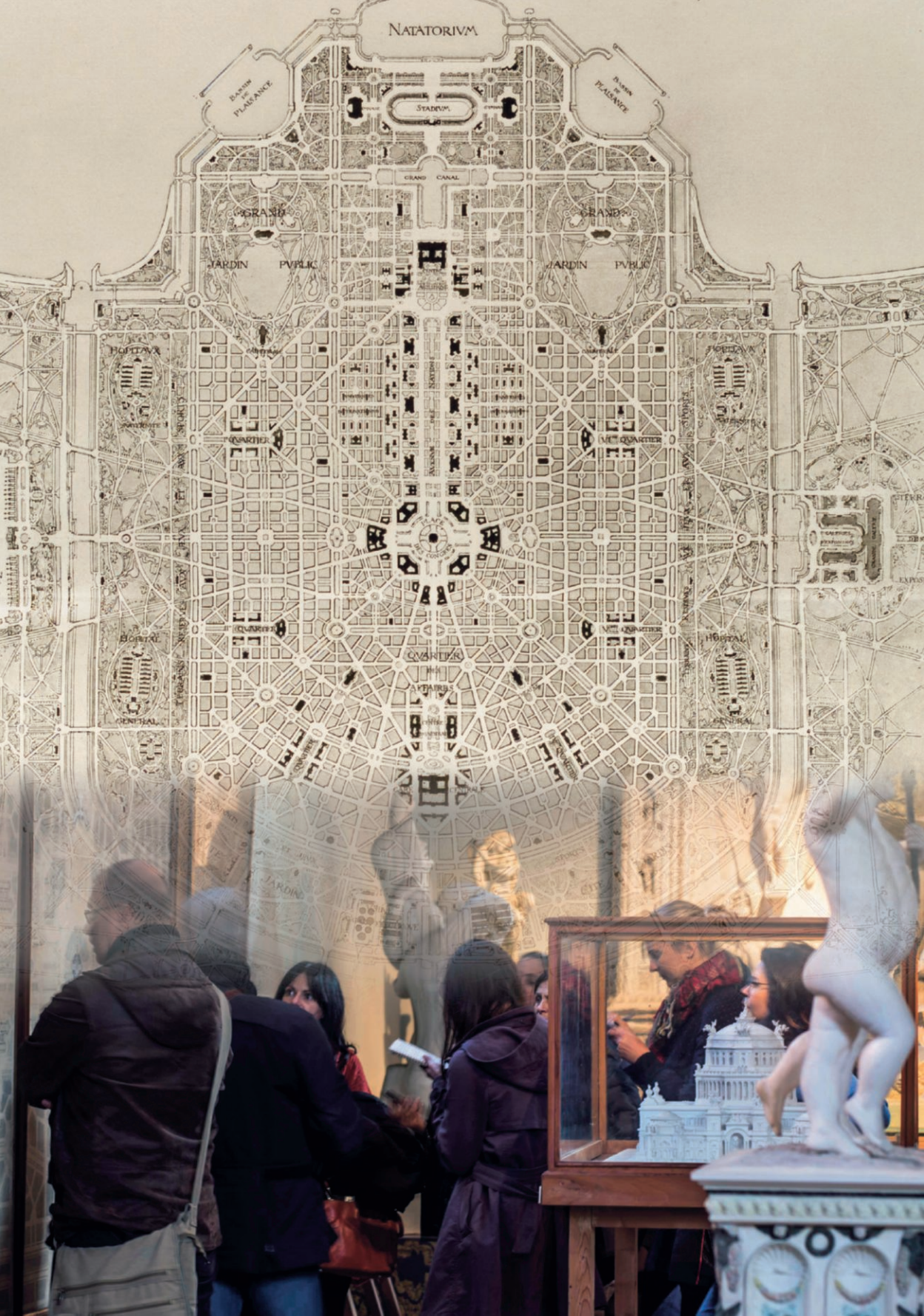


Tav. 72. Sfolgiando il registro dei visitatori sono attratto da questa meravigliosa grafia. È commentato il progetto *Museo Facile*



Tav. 73. Il pubblico si confonde nella Galleria tra imponenti sculture in gesso e bronzo





NATATORIVM

GRAND  
JARDIN  
PUBLIC

GRAND  
JARDIN  
PUBLIC

STADIUM

GRAND CANAL

GRAND

GRAND

JARDIN PUBLIC

JARDIN PUBLIC

HOSPITAL

HOSPITAL

QUARTIER

QUARTIER

QUARTIER

HOSPITAL

HOSPITAL

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

JARDIN

a lungo termine ed il loro contenuto può anche non essere conosciuto e non trovato al di fuori di questo gruppo di riferimento.

Dunque al fine di favorire l'attrazione del sito web del museo a nuova utenza è stata condotta una ricerca approfondita sul variegato e multiforme repertorio di rubriche elettroniche e telematiche ad oggi esistenti<sup>8</sup>. Sono stati individuati dapprima portali generici, quelli che favoriscono l'accesso diretto ad informazioni di carattere pratico, dati essenziali per l'orientamento al visitatore (indirizzi, contatti telefonici, nome museo), e portali più settoriali definiti da aree di interesse (arte, cultura, turismo e musei) o dalla localizzazione geografica (nazione, regione, Roma capitale). La selezione è avvenuta tenendo presente alcuni aspetti: medesima mission, medesimo carattere tematico, affinità di contenuti nelle collezioni museali. Le azioni sviluppate sono state varie, dall'inserimento di informazioni generiche del Museo o di schede stilate *ad hoc* alla correzione degli eventuali errori evidenziati, dalla localizzazione geografica dell'edificio in *google maps* all'aggiornamento delle *news* e della galleria fotografica riguardanti eventi e mostre temporanee.

L'ultima fase è consistita nella verifica dei risultati ottenuti attraverso i *re-call* delle redazioni dei portali scelti, da cui non sempre si sono avuti riscontri positivi registrando spesso feedback assenti o tempistica rallentata.

STEFANIA VITTI<sup>9</sup>

*Proposte per il sito web del Museo H.C. Andersen*

Una grafica gradevole ed un *design* accattivante sono solo alcuni dei requisiti di un sito internet. Ben più importante sono la facilità e l'immediatezza della fruizione dei contenuti, che ne permettono l'accesso a tutte le tipologie di utenti. È evidente che la presenza nel web non attribuisce in sé un valore aggiunto all'immagine dell'istituzione museale, sono invece necessari elementi distintivi individuabili. Si è partiti da questo presupposto

8. [www.abcro.ma.com](http://www.abcro.ma.com); [www.activity.it](http://www.activity.it); [www.arte.it](http://www.arte.it); [www.casemuseoitalia.com](http://www.casemuseoitalia.com); [www.culturaitalia.it](http://www.culturaitalia.it); [www.guidautile.it](http://www.guidautile.it); [www.guideroma.com](http://www.guideroma.com); [www.geosearch.it](http://www.geosearch.it); [www.italia.it](http://www.italia.it); [www.laziodirectory.it](http://www.laziodirectory.it); [www.musei.it](http://www.musei.it); [www.museiroma.it](http://www.museiroma.it); [www.prontoroma.it](http://www.prontoroma.it); [www.romartguide.it](http://www.romartguide.it); [www.romeguide.it](http://www.romeguide.it); [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it).

9. Corso di laurea magistrale in Teorie e Tecniche della Comunicazione e dell'Informazione, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

per l'analisi del sito del Museo Andersen e, dopo un'accurata indagine, sono emersi i punti di forza e di debolezza per avviare modifiche di alcune sezioni già esistenti e la creazione di nuove con lo scopo di far acquisire al sito internet dimensioni diverse quali la multisensorialità, la polisemanticità, l'interattività. Le variazioni sono state eseguite attenendosi costantemente ai criteri dettati dal progetto Minerva per un sito culturale di qualità, ovvero leggibilità, efficienza, efficacia. Sotto alcuni aspetti non è stato possibile introdurre dei cambiamenti, come per il font – il carattere tipografico – poiché dovevano essere conformi a determinati standard istituzionali.

Il gruppo che ha collaborato al progetto *Museo Facile* ha proposto e apportato le seguenti modifiche al sito: l'implementazione della galleria fotografica con l'inserimento delle opere realizzate dall'artista, degli esterni della casa-museo e degli scatti storici che ritraggono Hendrik Christian Andersen e le persone a lui più vicine, quali la madre Helene e la cognata Olivia Cushing (fig. 1); la revisione e l'integrazione delle didascalie per l'archivio parlante, precedentemente validato per verificarne l'effettiva comprensione.

ANTONIO ZECCA<sup>10</sup>

*You Andersen: un museo a portata di click*

La multimedialità è uno strumento sempre più presente e importante nell'ambito della comunicazione museale: da ciò è nata l'idea di creare un breve video di presentazione del Museo H.C. Andersen (fig. 2).

La prima fase del lavoro è consistita nell'acquisizione di materiale fotografico e nell'organizzazione di una campagna fotografica specifica: la collega Sara Leone, con la collaborazione dell'architetto Lorenzo Mattone, ha provveduto a realizzare video e fotografie del Museo; l'Archivio Storico della Galleria nazionale d'arte moderna ha gentilmente fornito le foto antiche.

Nella seconda fase del lavoro sono stati selezionati i materiali fotografici, è stato elaborato il testo narrativo e, grazie a programmi di video editing, realizzato il video della durata di 1 minuto.

10. Corso di laurea triennale in Lettere, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

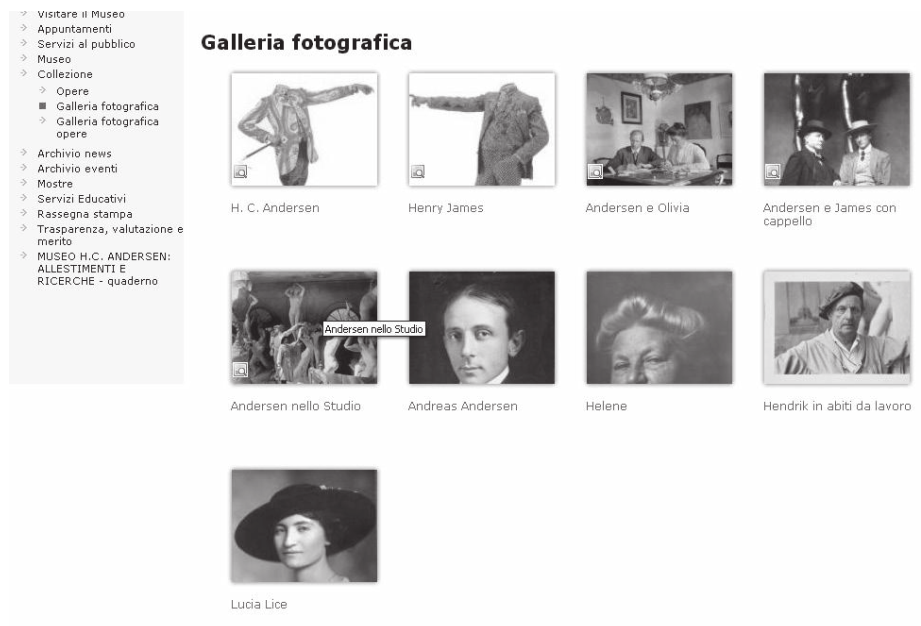


Fig. 1. Galleria fotografica del sito web del Museo H.C. Andersen di Roma



Fig. 2. Frame del video You Andersen

Questo video racconta la storia del Museo, le opere e la vita dell'artista, e ha lo scopo di promuovere il museo attraverso contenuti accattivanti e di facile accessibilità.

Il titolo *You Andersen* (fig. 3) sottolinea il proposito di diffusione tramite canali multimediali come YouTube e, all'interno del Museo, grazie al sistema QR Code. Il risultato è un *trailer* che 'promuove', ma non 'svela' quanto solo visitando il museo si può conoscere e scoprire.

Il video è stato presentato alla II giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* svolta all'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale il 30 maggio 2013 ed è visibile sul sito del Museo nella sezione dedicata al progetto *Museo Facile*<sup>11</sup>.

11. [www.museoandersen.beniculturali.it/index.php?it/177/youandersen](http://www.museoandersen.beniculturali.it/index.php?it/177/youandersen).







ALDO GRASSINI\*

## La tattilità, una nuova frontiera dell'arte

Si parla di *Museo Facile* e da suo presidente posso dire che il Museo Omero è un museo facilissimo, nel senso che è nato come un museo per i ciechi, disabili visivi, con lo scopo di rendere loro accessibile l'arte, ma nei suoi ventuno anni di vita ha intrapreso un itinerario evolutivo tale che quando sento parlare di 'museo per i ciechi' un pochino mi disturba. Il Museo Omero è, infatti, un museo per tutti e la maggioranza dei visitatori è costituita da vedenti. È un museo senza barriere nel senso che chiunque può venire e fruire dei servizi: un visitatore cieco, ipovedente può frequentare tranquillamente qualsiasi tipo di laboratorio, visita guidata e può visitarlo autonomamente senza problemi. Credo che questo debba essere l'obiettivo di tutti i beni culturali che, essendo patrimonio dell'umanità, non dovrebbero escludere alcuna categoria di pubblico. Il Museo Omero è questo. In ventuno anni si è sviluppata una cultura che non si può considerare legata alla specificità, di nicchia: la cultura è cultura e basta, capace di coinvolgere chiunque.

In questo mio intervento vorrei affrontare alcuni argomenti che susciteranno scalpore.

Innanzitutto vorrei prendere in esame le Arti 'Visive', che normalmente comprendono la pittura e la scultura, per porre un problema, un interrogativo puramente accademico: i ciechi che si avvicinano alla scultura attraverso lo strumento che possiedono, cioè il tatto, hanno la possibilità di godere di una fruizione estetica oppure no? Se hanno la possibilità attraverso il tatto di fruire esteticamente di un capolavoro della scultura, allora vuol dire che la scultura non è semplicemente un'opera visiva. Questo problema è in verità vecchio di più di due secoli: già Diderot, a metà del Settecento, si

\* Museo Tattile Statale Omero, Ancona.

Questo contributo riprende la relazione che l'Autore ha svolto presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 8 maggio 2014).





Fig. 1. *Mani che toccano il calco al vero della Pietà di Michelangelo*, Ancona, Archivio fotografico del Museo Tattile Statale Omero, 2014

era posto lo stesso problema ed era arrivato alla conclusione che il tatto risponde sì a una funzione cognitiva, perché attraverso di esso si possono conoscere le cose, ma escludeva che fosse una via capace di portare a una valutazione estetica<sup>1</sup>. Questo problema non fu più affrontato per molto tempo, considerando che i ciechi vissero per secoli in una condizione di emarginazione sociale e di semianalfabetismo; con l'Illuminismo si iniziò a porre il problema della loro educazione ed istruzione che migliorò solo nell'Ottocento con l'invenzione del Braille. Ma soltanto negli ultimi decenni i ciechi, dopo aver affrontato problemi come la questione del lavoro e dell'istruzione (risolti solo relativamente), hanno iniziato ad affacciarsi ad una visione d'integrazione sociale più profonda, più vera e autentica. Non c'è però integrazione sociale se non c'è integrazione culturale e quindi anche l'accesso all'arte è diventato un problema fondamentale ed esistenziale per i ciechi: non poter fruire dell'arte è chiaramente una limitazione culturale forte rispetto alla cultura di tutti, diventa perciò un problema che impedisce la vera integrazione.

Anche Yvette Hatwell, una delle più autorevoli esperte di psicologia della percezione dei non vedenti della seconda metà del Novecento, manifestava dei dubbi circa la possibilità di arrivare attraverso il tatto a una effettiva fruizione estetica e ne sottolineava soprattutto l'aspetto cognitivo<sup>2</sup>.

Qual è perciò il significato estetico dell'approccio tattile? Premetto che il rapporto esistente tra i sensi e l'intelletto in qualsiasi forma d'arte è ineludibile. Possiamo dire che l'arte propone un oggetto sensibile e attraverso un processo percettivo si arriva poi a una sua valutazione, a una reazione di tipo intellettuale, culturale, emotivo. Ogni arte si rifà a

1. Sul tema cfr. *Toccare l'arte. L'educazione estetica di ipovedenti e non vedenti*, a cura di A. Bellini, Roma 2000; *L'arte a portata di mano: verso una pedagogia di accesso ai Beni culturali senza barriere*, Atti del convegno, Ancona 21-23 ottobre 2004, Roma 2006; *La Scienza a portata di mano: percorsi museali per non vedenti e ipovedenti*, Editore Firenze 2008; *Viaggiare senza limiti. Il Turismo per tutti in Europa*, ISSIT, Venaria (TO) 2010; *L'accessibilità al patrimonio museale e l'educazione artistica ed estetica delle persone con minorazione visiva*, a cura dello staff del Museo Omero e con i contributi dei relatori del Corso di Formazione Nazionale annuale, su supporto CD, 2014.

2. Y. Hatwell, *Toucher l'espace. La main et la perception tactile de l'espace*, Lille 1986 (II ed. Paris 1999); *Ead., I processi della percezione e delle rappresentazioni aptiche. Implicazioni per la comprensione aptica delle opere d'arte da parte dei minorati della vista*: intervento al Convegno «Toccare ad Arte. Percezione tattile e cognizione della forma artistica nel non vedente e ipovedente. L'atto interpretativo e la sua funzione riabilitativa», Bologna, 30-31 ottobre 2000 con bibliografia ([www.bibciechi.it/pubblicazioni/tiflogia/200401/Hatwell.txt](http://www.bibciechi.it/pubblicazioni/tiflogia/200401/Hatwell.txt)).

un senso, la pittura per esempio si avvale di immagini che sono fondate su colore e giochi di luce e ombre; chiaramente è un'arte visiva che parte da un dato sensoriale per poi sviluppare qualcosa che noi definiamo una fruizione estetica; nel caso della musica si parte dal suono che produce una sensazione che riguarda l'udito. Perciò diciamo che ogni canale sensoriale ha la sua specificità. Possiamo poi sviluppare la fantasia, attraverso la sinestesia o le analogie, ma il colore è il colore ed è percepito solo dalla vista ed il suono è il suono percepito solo dall'udito. Allo stesso modo il tatto è un canale di percezione specifico, e infatti ci sono alcune sensazioni che sono tattili e basta. Si pensi al peso, alla solidità e alla sensazione di caldo o freddo.

Ci sono forme d'arte che possono rappresentare queste sensazioni in altro modo, ma soltanto attraverso il tatto possiamo capire cos'è, ad esempio, la morbidezza. Attraverso la pittura è possibile rappresentare un oggetto che ci appare morbido, ma si tratta di un'impressione, non di una sensazione ed è frutto dell'esperienza, in quanto sappiamo che quel tipo di oggetto è morbido. Non ho mai visto una donna comprare un vestito senza prima averlo toccato, a dimostrazione che la vista non basta a definire certi tipi di qualità e che solo il tatto ci dà la possibilità di conoscere alcuni particolari della realtà che sono specifici e quindi non possono essere conosciuti in altro modo.

C'è sempre dunque un punto di partenza sensibile, che è una componente essenziale della fruizione estetica. Io questo momento lo definisco: momento edonistico. Ci sono sensazioni piacevoli e altre sgradevoli, ma siamo nella sfera della pura soggettività: ciascuno di noi preferisce un colore a un altro, un timbro di uno strumento musicale piuttosto che un altro. Le preferenze riguardo a suoni o colori sono fattori soggettivi, ma non hanno a che fare con la composizione artistica, costituiscono invece un elemento sensoriale ovvero una reazione immediata dei nostri sensi che diventa elemento di partenza per la valutazione di tipo estetico. Quand'è allora che si passa dal momento edonistico al momento estetico? Quando queste sensazioni si traducono in significati. Attraverso l'interpretazione e il senso che noi diamo alle cose, quella linea diventa un sopracciglio del viso, quella successione di note diventa una melodia: è lì che si passa dal momento sensoriale a quello intellettuale e il momento estetico si svi-



Fig. 2. *Mani che toccano i Manichini Coloniali* di Giorgio De Chirico, 1969, Ancona, Archivio fotografico del Museo Tattile Statale Omero, 2014

luppa in quella fase. Ma in che cosa consiste? Per prima cosa io dico che il piacere estetico è sempre il piacere della scoperta: quando in un'opera d'arte, anche in un classico, non riusciamo più a scoprire alcunché, allora diventa noiosa, non ci parla più. Questa è la cosa fondamentale. Ma cos'è che scopriamo? A volte scopriamo la possibilità di collegamenti che magari sono arbitrari, illegittimi rispetto alla logica, rispetto alla conoscenza e alla scienza, ma ci possono far associare, tanto per fare un esempio, un dipinto ad una musica. Ma ci consentono anche di richiamare i nostri ricordi della vita personale o culturale. È questo che diventa uno sviluppo estetico. La fruizione estetica sarà tanto più ricca quanto più ricca è la formazione culturale, psicologica e umana della persona. Ciò vale per tutte le arti: si parte da una sensazione per poi arrivare a un'esplosione emotiva, sentimentale che è appunto la fruizione estetica. Torniamo allora al discorso del tatto: ci troviamo davanti ad una scultura che viene considerata arte visiva. Quando io esploro una scultura – e la mia esperienza è suffragata da quella di altri non vedenti – mi emoziono, e vivo un'esperienza culturale e intellettuale che è dello stesso tipo di quella vissuta da chi guarda una scultura. La mia reazione interiore sarà diversa rispetto ad un altro fruitore giacché la fruizione dell'arte è sempre soggettiva e si collega all'esperienza del singolo. La differenza sta nel fatto che partiamo da due dati diversi: una percezione visiva e una tattile. Quest'ultima produce un'immagine tattile che suscita in me emozioni tipiche della fruizione estetica. Partiamo quindi da due esperienze diverse per arrivare alla stessa conclusione; ciò che varia è l'origine. E allora, io mi chiedo: questo tipo di esperienza estetica è propria solo del cieco che si serve di necessità del tatto o può essere propria di qualsiasi persona? Visto che il tatto appartiene a tutti, questa esperienza non può essere un modo di fruire l'arte che vale per tutti?

Io dico di sì. Lo dimostra l'esperienza del Museo Omero dove la stragrande maggioranza dei visitatori è composta da vedenti che si divertono e provano un'esperienza tattile che si aggiunge a quella visiva. Il nostro motto è «vietato non toccare, ma non vietato vedere». Il Museo Omero è un arricchimento per tutti, non è esclusivo per i ciechi. I vedenti aggiungono il piacere di toccare a quello di vedere e l'esperienza estetica assume anche un significato sociale.

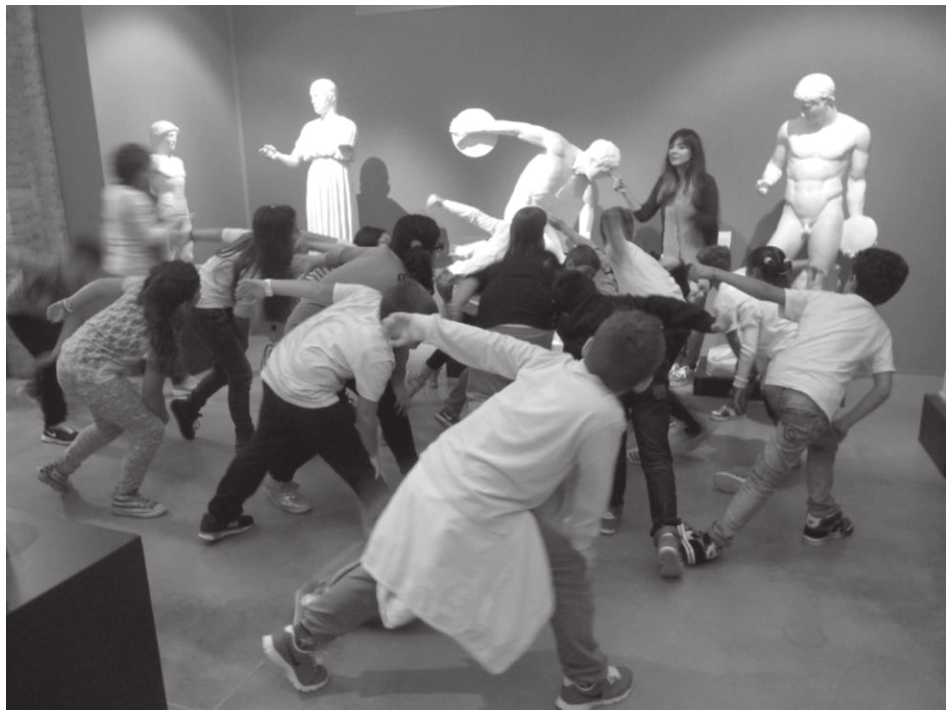


Fig. 3. *Laboratorio Il piccolo scultore. Momento della visita animata al Museo, Ancona, Archivio fotografico del Museo Tattile Statale Omero, 2014*

Tornando alla questione iniziale: è dunque giusto parlare di scultura come arte visiva? In realtà la scultura è anche un'arte tattile.

L'arte contemporanea sta scoprendo che la nostra società, sempre più visiva, finisce col proporci immagini astratte. L'arte contemporanea presta sempre più attenzione alla multisensorialità. Si fanno opere che vanno viste, toccate, annusate: è bello parlare all'uomo nella sua integrità che è costituita dai cinque sensi, ciò diventa un punto di arrivo nel quale si inserisce la nostra esperienza.

Si parla inoltre della questione della tutela delle opere d'arte e si afferma che il toccare può influire negativamente sulla loro conservazione. Ma non è vero. I beni culturali vanno certamente tutelati, ma è evidente anche che dev'esser fatto con intelligenza e non 'a priori', valutando caso per caso ciò che effettivamente corre il rischio del deterioramento e le condizioni in cui è possibile derogare.

Tenuto conto di tutto questo, se il tatto può costituire un valore aggiunto dell'esperienza estetica, perché mai questo approccio dovrebbe limitarsi soltanto all'arte contemporanea?

MIRIAM MANDOSI\*

*Al museo con... patrimoni narrati per musei accoglienti.*  
Un'esperienza di partecipazione, condivisione e  
interpretazione al museo

Il progetto *Al museo con... patrimonio narrati per musei accoglienti* è stato realizzato tra il 2013 e il 2014 grazie ai contributi ottenuti dalla Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale<sup>1</sup>.

La Soprintendenza al Museo Nazionale Preistorico Etnografico Luigi Pigorini e il Museo Nazionale d'Arte Orientale Giuseppe Tucci hanno elaborato un progetto sperimentale che coinvolge diverse realtà pubbliche e private. Molteplici sono gli strumenti e gli obiettivi di questo lavoro: la costruzione di percorsi di apprendimento dei contenuti museali attraverso esperienze di vita personali; il coinvolgimento partecipativo ed emotivo di pubblici; la costruzione di forme alternative e innovative di visita alle collezioni dei due musei.

La scelta di un approccio partecipativo e multi-vocale alla conoscenza del patrimonio e l'uso di forme comunicative innovative si è collegato non solo alle finalità stesse del Museo ma anche ai principi della Convenzione di Faro e al filone dell'Heritage Interpretation<sup>2</sup>.

Il progetto ha visto la partecipazione attiva di un gruppo di lavoro diversificato che, oltre al personale del museo, ha compreso: associazioni di riferimento delle comunità africana, peruviana, afghana, tibetana; linguisti; ricercatori; sociologi; scuole; università; *digital designer*.

La realizzazione dei sei percorsi narrati interattivi (tre per ciascun museo) su alcuni oggetti e temi delle collezioni museali è stata possibile a seguito di un ciclo di laboratori di narrazione e di scrittura.

\* Comitato Nazionale Italiano dell'International Council of Museums (ICOM).

Questo contributo riprende la relazione che l'Autrice ha svolto presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 8 maggio 2014).

1. Circolare n. 7 del 15 marzo 2012. Sul progetto si veda anche il sito dedicato: [www.almuseocon.beniculturali.it](http://www.almuseocon.beniculturali.it).

2. Cfr. Codice Etico di ICOM; Convenzione STCE n. 199, detta di Faro, del 27 ottobre 2005, art.12; Associazione europea Heritage Interpretation: [www.interpret-europe.net](http://www.interpret-europe.net).





Fig. 1. *Progetto Al museo con... patrimonio narrati per musei accoglienti*, 2013-2014, Museo Nazionale Preistorico Etnografico L. Pigorini, sezione Preistoria, Tomba della Vedova, Percorso arancione, Claudio *Questioni di morte, questioni di vita*

I laboratori, attraverso l'approccio narrativo e la metodologia *Storie in circolo*, hanno permesso di rendere contemporaneo il patrimonio, dando valore a punti di vista soggettivi.

Durante i laboratori, e successivamente ad un lavoro di rielaborazione e sceneggiatura, si sono costruiti i percorsi che, incentrati su un tema principale, prevedono più tappe lungo le sale dei musei.

Ogni percorso è sottotitolato (per consentire la massima accessibilità) e prevede dei contenuti aggiuntivi, scritti dai curatori museali.

La fruizione dei percorsi narrati è possibile solo nella sale del museo attraverso i tablet (fig. 1). Il progetto *Al museo con...* ha centrato la sua attenzione anche su una forma innovativa di comunicazione e coinvolgimento del visitatore: la realtà aumentata.

La tecnologia impiegata consiste nel sovrapporre, con specifici componenti software/hardware, informazioni digitali perfettamente aderenti agli spazi tridimensionali presenti nella realtà; secondo il punto specifico in cui il visitatore è posizionato, e grazie alla necessaria infografica prevista nei musei, ciascun percorso è strutturato in maniera tale da prevedere la

comparsa, sullo schermo del tablet, di interazioni touchscreen, contributi audio-video, animazioni 2D e aree di testo, concepiti come film interattivi e per questo definiti in ogni sua parte da una sceneggiatura.

L'uso di questa nuova tecnologia ha permesso ai due musei di confrontarsi sul tema della loro virtualizzazione. Il software utilizzato, contrariamente ai timori dell'uso delle nuove tecnologie nei musei, permette un'immersione del visitatore che, muovendosi, interagisce attivamente con i narratori virtuali sentendosi così parte di un'esperienza costruttivo-educativa, che non è legata univocamente al sapere scientifico, ma anche alle storie di vita, proprie e dei narratori. I dispositivi interagiscono con la realtà e funzionano solo negli spazi espositivi e di fronte agli oggetti del museo conducendo il fruitore all'osservazione ravvicinata.

L'uso della realtà aumentata è inoltre uno strumento utile ad avvicinare ai musei nuove fasce di pubblico, come gli adolescenti. La tecnologia usata è comunque di facile intuizione, non richiede conoscenze pregresse ed è accompagnata da un'infografica per l'utilizzo.

Accanto ai percorsi narrati il progetto *Al museo con...* ha visto anche la realizzazione di un Glossario LIS/Italiano con termini di archeologia, antropologia e museologia (fig. 2).

Il Museo Pigorini aveva iniziato una collaborazione con l'Ente Nazionale Sordi, Sezione Provinciale di Roma, già nel 2012 e, a seguito di una serie di incontri per presentare le discipline e le collezioni del museo, si era evinta la mancanza di termini LIS in questo settore. La partecipazione al progetto ha poi evidenziato il bisogno di chiarire la terminologia scientifica e, nel caso della LIS, di coniare nuovi segni. Si è creato così un gruppo di lavoro composto di esperti delle discipline, persone sorde provenienti da varie parti dell'Italia, linguisti e interpreti<sup>3</sup>. Il gruppo ha lavorato per circa sei mesi analizzando 33 termini che sono confluiti in un glossario accessibile a tutti. Per ogni termine è presente un testo esplicativo in italiano e un video in LIS.

Il prodotto finale, visibile sui tablet dei musei e scaricabile dalla rete in formato iBook e ePub v. 3, rappresenta l'inizio di un lavoro che nel tempo verrà ampliato.

3. La diversa provenienza geografica delle persone sorde è stata necessaria per affrontare le diversità linguistiche della LIS che gode di notevoli varianti regionali.

# PREISTORIA IN SEGNI



Fig. 2. *Il volume* Preistoria in segni. Il glossario LIS/Italiano dei termini di archeologia, antropologia e museologia

Il progetto *Al museo con...* è stato inaugurato a giugno del 2014 e sarà, fino al mese di dicembre, in fase sperimentale. Nei due musei i visitatori sono invitati a visitare le sale con i tablet, seguendo i racconti dei narratori e compilando, al termine dell'esperienza, un questionario valutativo. I dati raccolti serviranno ai due musei per apportare eventuali modifiche migliorative al software e all'infografica e a integrare ufficialmente, dal 2015, il progetto nelle offerte di visita.

BRUNELLA MANZARDO\*

## *Il silenzio racconta l'arte. Arte accessibile a tutti* al Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea

### *Il Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea*

Primo Museo d'Arte Contemporanea in Italia, il Castello di Rivoli si è configurato sin dall'apertura come uno dei protagonisti della scena internazionale, grazie all'assoluta particolarità degli spazi, al patrimonio della collezione permanente, alla qualità dell'attività espositiva e di quella educativa.

Il Castello di Rivoli è costituito da un imponente edificio barocco, ex residenza sabauda incompiuta. Dal 1984, dopo un accurato processo di restauro, è divenuto sede del primo museo in Italia dedicato all'arte contemporanea.

Il Dipartimento Educazione, istituito contestualmente all'apertura del Museo, promuove e diffonde la conoscenza dell'arte e della cultura contemporanea. L'impianto metodologico, concettuale e operativo, è riconducibile al principio ispiratore *Educare all'arte con l'arte* e si esprime in modo da rendere lo spettatore protagonista: l'incontro con l'arte, dentro e fuori dal Museo, traduce la conoscenza in autentica esperienza di vita. Le innumerevoli attività, in sintonia con standard nazionali e internazionali, sono ispirate ai principi del *Lifelong learning*, della *Peer Education* e dell'accessibilità totale per i diversamente abili. Il Dipartimento Educazione, grazie alla sua attività sperimentale e di ricerca, ha posto in evidenza l'importanza della funzione educativa dell'arte nella dimensione sociale, ottenendo riconoscimenti e premi nazionali e internazionali.

\* Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, Torino.

Questo contributo riprende la relazione che l'Autrice ha svolto presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 8 maggio 2014).

### *L'impegno per l'accessibilità del Museo*

Il Dipartimento Educazione è impegnato in diversi progetti di ricerca per favorire l'accessibilità del Museo a tutti i pubblici.

È attiva la collaborazione con l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti, con cui vengono periodicamente organizzate visite guidate multisensoriali al Castello e alla Collezione Permanente e percorsi di visita e laboratorio sul tema dei sensi. Da giugno 2012 sono a disposizione di tutti i visitatori del Museo, vedenti e non, i nuovi modelli del Castello di Rivoli realizzati dallo studio dell'architetto Andrea Bruno che ha curato il restauro di tutto il complesso architettonico del Castello.

Il Dipartimento Educazione collabora inoltre da molti anni con la Consulta Persone in Difficoltà (CPD) di Torino realizzando attività nell'ambito della Giornata Internazionale delle Persone Disabili e promuovendo occasioni di incontro e discussione, tra cui il Tavolo di confronto *culturaccessibile*: il gruppo di lavoro, che si è riunito a partire dal 2010, include professionisti del mondo della cultura e rappresentanti delle associazioni di riferimento per le diverse disabilità e ha redatto una proposta di *Manifesto per la cultura accessibile a tutti*. Un decalogo che si pone come un documento aperto, volto a sensibilizzare cittadini e decisori politici nei confronti del tema dell'accessibilità, attestando ulteriormente il diritto di cittadinanza di tutti nei luoghi della cultura.

Ogni anno, in occasione della Summer School al Castello di Rivoli (tra giugno e settembre), particolare attenzione è rivolta alle tematiche della cultura accessibile, con l'attivazione di corsi di formazione dedicati.

Dalla collaborazione fra il Dipartimento Educazione Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea e l'Istituto dei Sordi di Torino - insieme per un progetto unico al mondo - è nata infine la prima sperimentazione in Italia dedicata all'incontro fra il mondo della sordità e l'arte contemporanea: punto di partenza è stata la ricerca linguistica, per arricchire la Lingua Italiana dei Segni (LIS) dei termini specifici ancora mancanti per parlare di arte del nostro tempo (figg. 1-2).

A conclusione del percorso, è stato pubblicato nel 2010 il primo *Dizionario di arte contemporanea in LIS* con il patrocinio di AMACI Associazione Musei d'Arte Contemporanea Italiani - grazie alla partnership creata da Caterina Seia, cultural advisor indipendente che ha partecipato anche al



Fig. 1-2. *Giornata di formazione internazionale Il silenzio racconta l'arte... Da Rivoli a New York e ritorno, Summer School a cura del Dipartimento Educazione Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, 2012*

gruppo di progetto. Il volume presenta un lessico inedito, 80 nuovi segni specifici ideati dal gruppo di ricerca, riferiti all'arte contemporanea e non solo. Si tratta di un lessico riferito a tecniche, materiali e correnti artistiche, oltre a termini di carattere generale.

L'*équipe* di lavoro, composta da rappresentanti dei due enti, persone sorde e udenti insieme, si è infatti impegnata nell'importante compito di individuare la terminologia specifica ancora mancante nella Lingua dei Segni Italiana (LIS): l'arricchimento della LIS con la traduzione dei termini di settore è un processo indispensabile se si desidera che l'arte contemporanea possa diventare patrimonio comune per le persone sorde. La pubblicazione, che accosta a ciascun nuovo segno la descrizione sintetica del termine accompagnata da un'opera d'arte di riferimento, è pertanto pensata per essere strumento utile non solo per le persone sorde, ma anche per studenti, operatori culturali, educatori, e per chiunque desideri accostarsi alla terminologia di base riferita all'arte contemporanea.

Il progetto unisce due mondi strettamente correlati alla dimensione visiva – l'arte e la Lingua dei Segni, linguaggio gestuale e iconico - eppure finora incapaci di comunicare: un esempio di accessibilità culturale totale, un'esperienza pilota per le istituzioni museali. In tal senso, la pubblicazione è redatta in italiano e inglese dato il carattere di innovazione del progetto a livello internazionale. Il Dizionario è unico al mondo e, dopo il *road show* nei principali musei d'arte contemporanea italiani e diverse relazioni a convegni internazionali, il progetto nel 2011 è stato presentato a New York, al Moma e all'Istituto Italiano di Cultura in occasione della Settimana della Cultura Italiana nel mondo.

LUCILLA PIZZOLI\*

## Scrivere per descrivere: qualche osservazione sui testi di accompagnamento per i percorsi museali

Questa breve riflessione sulla scrittura dei testi di accompagnamento nei musei prende le mosse da un dato ben noto agli esperti di museologia e di promozione del patrimonio culturale: anche i pochi musei che possono vantare un numero di visitatori elevato non sempre possono contare su un pubblico in grado di ricordare, sia pure per grandi linee, le informazioni fondamentali collegate alle opere esposte<sup>1</sup>. Questa difficoltà di comprensione va attribuita a molteplici fattori, tra i quali vanno annoverati senz'altro i cambiamenti sociali del pubblico destinatario dei beni culturali e il profondo rivolgimento nella funzione delle strutture museali, passate in poco tempo da luoghi di conservazione e catalogazione del patrimonio, prevalentemente a beneficio di un pubblico esperto della materia, a luoghi di esposizione e di divulgazione di conoscenze, spesso a beneficio di un pubblico meno informato.

Il cambiamento delle politiche museali, tradotto innanzitutto in un ripensamento della relazione con il pubblico (non riconosciuto come gruppo omogeneo ma come un'utenza fortemente diversificata per caratteristiche ed esigenze), ha dato impulso a un significativo aumento del numero di

\* Società Dante Alighieri, Roma.

Questo contributo riprende la relazione svolta presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale nella I giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 17 aprile 2012).

Ringrazio Ivana Bruno e Gianluca Lauter per avermi coinvolto in questa giornata di studi: un'occasione di incontro tra professionalità diverse, che può senz'altro portare alla condivisione di idee nuove e indirizzare verso un perfezionamento del proprio lavoro.

1. Casi esemplari sono quelli di musei frequentati da moltissimi visitatori, i quali non sempre sono in grado di memorizzare e assimilare le conoscenze offerte loro durante la visita. Un'indagine del 2005-06 (condotta per una tesi di dottorato all'Università di Siviglia dalla dott.ssa Verónica Martínez López, e riportata in F. Antinucci, *Musei virtuali*, Roma-Bari 2007, pp. 34-39) rilevava come al termine della visita ai Musei Vaticani la grande maggioranza delle persone non ricordasse neanche i nomi degli autori delle più celebri opere esposte nelle sale (anche il riconoscimento visivo ha prodotto risultati scoraggianti: molte persone non riconoscevano le opere appena viste o addirittura credevano di ricordare opere non presenti nel percorso).



visitatori (pur nella deplorabile sperequazione di numeri tra i pochi musei molto frequentati e la miriade di musei di piccolo taglio, spesso negletti) e alla nascita di modalità espositive e spazi innovativi, al successo dei quali sono naturalmente indirizzati gli sforzi di museologi, allestitori, sociologi, esperti di comunicazione<sup>2</sup>.

Qui si vuole richiamare in aggiunta il ruolo determinante, nell'opera di mediazione culturale rappresentata dal museo, delle scritture descrittive che accompagnano il patrimonio esposto: partendo dall'ormai ben consolidato assunto che qualunque produzione testuale si definisce correttamente solo se è precisamente identificato il destinatario del messaggio, si pone in modo cruciale la questione dell'identificazione del fruitore degli spazi espositivi. Il fatto che lo spazio sia visitato da persone di diversissima tipologia (culturale, linguistica, di fascia di età) fa sì che si allontani in modo davvero drastico la possibilità di costruire testi su misura per un solo tipo di visitatore (quello che – in modo altrettanto astratto – nella saggistica si descrive come il lettore medio, idealmente dotato di un patrimonio di conoscenze di base e di una generale apertura e curiosità per tutti i campi del sapere).

Senza pretendere di voler risolvere una questione così articolata, che investe aspetti più generali dell'organizzazione del sapere (dalla definizione – tanto affascinante quanto sfuggente – del concetto di cultura generale, al grado di specializzazione delle singole discipline), si offrono di seguito alcune proposte sperimentate nel corso di esperienze di musealizzazione della storia della lingua italiana<sup>3</sup>.

2. Abbondano infatti le analisi sul pubblico dei musei e sui metodi di misurazione quantitativa e qualitativa dell'utenza, fondamentali per una corretta valutazione degli interventi per la soddisfazione della domanda. Cfr. tra gli altri N. Kotler-P. Kotler, *Marketing dei musei. Obiettivi, traguardi, risorse*, Torino 1999; L. Solima, *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma 2000; *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, a cura di A. Bollo, Milano 2008.

3. Si fa riferimento, in particolare, all'esperienza di progettazione e realizzazione di mostre per conto della Società Dante Alighieri: *Una di lingua. La lingua italiana nell'Italia unita*, con la direzione scientifica di L. Serianni, N. Maraschio, S. Morgana, Firenze, Biblioteca delle Oblate, 11 ottobre-30 novembre 2011; *Dove il Sì suona. Gli italiani e la loro lingua*, a cura di L. Serianni, Firenze, Galleria degli Uffizi, 13 marzo 2003-6 gennaio 2004, nuovamente presentata, con il titolo *La dolce lingua. L'italiano nella storia, nell'arte, nella musica*, al Museo Nazionale di Zurigo (17 febbraio 2005-30 maggio 2005) e, in forma ridotta, in numerose altre città, da ultimo al Museo Centrale Statale di Storia Contemporanea della Russia di Mosca (15 ottobre-5 novembre 2012).



Fig. 1. Pannelli della mostra Una di lingua. La lingua italiana nell'Italia unita, Firenze 2011

Il problema dell'equilibrio necessario tra conoscenze pregresse e conoscenze da presentare è stato affrontato nel nostro caso proponendo un percorso con più livelli di lettura: in ogni pannello – sempre corredato da immagini (fig. 1) – sono stati posti più testi, distribuiti graficamente nello spazio così da indirizzare in modo coerente diverse tipologie di visitatori a livelli di approfondimento successivi (fondamentale la stretta collaborazione con i grafici, con i quali va condiviso l'impianto generale dell'operazione: grande aiuto viene infatti dall'uso dei formati, dei colori, degli indicatori grafici di continuità). In questa maniera si riesce a proporre un percorso di visita mirato che tenga conto di esigenze differenziate, dal più semplice al più complesso, sia nei contenuti proposti sia nel livello di tecnicità della lingua usata. Per fare ciò, è necessario naturalmente che i testi siano rivisti da un esperto linguista che possa tener conto sia del piano lessicale, sia del piano sintattico-testuale.

Una valida alternativa, già ben utilizzata per le nuove forme di fruizione individualizzata rese disponibili dalle guide su *device* elettronici<sup>4</sup>, consiste

4. È il metodo utilizzato per esempio dall'editore ARTE.it, che pubblica guide delle città d'arte d'Italia, disponibili in versione per il web e come app per supporti mobili: i testi sono differenziati

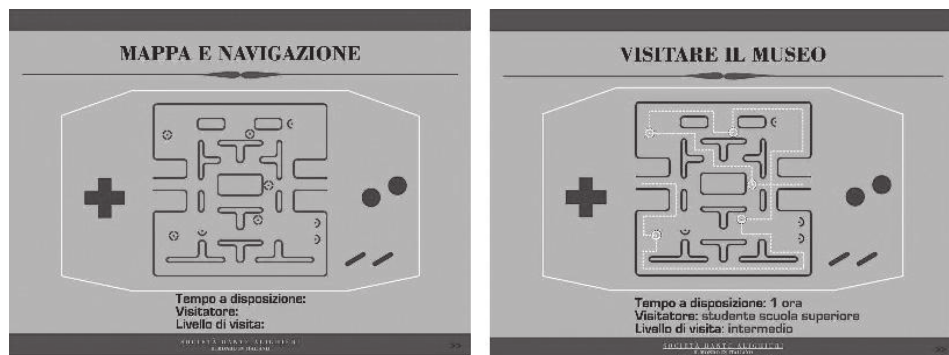


Fig. 2. Proposta grafica di un progetto per navigatore di visita museale

nel consentire a ciascuna fascia di utenti di caricare solo il livello di testo adatto al proprio profilo. Il testo sarà tanto più efficace quanto più si sarà tenuto conto, nella progettazione, delle caratteristiche del visitatore (età, livello di istruzione, tempo a disposizione per la visita, specifici ambiti di interesse; fig. 2).

a seconda del supporto attraverso il quale vengono fruiti (si veda come esempio l'app e guida multimediale *A spasso con Dante. La lingua italiana a Firenze*, 2013).

DARIO SCARPATI\*

## Archeologia come scienza sociale

Il primo termine del titolo ricorda che l'archeologia è una scienza e che, in quanto tale, ne assume tutti gli oneri e gli onori, ne rispetta le regole e le necessità; abbiamo impiegato tanto tempo per scrollarci dalle spalle la definizione di 'ancella della storia' ed ora non si torna indietro.

Ma è sul secondo termine che voglio soffermarmi; meglio, sulla connessione tra i due termini. Intendo prendere come punti di partenza l'articolo 9 della Costituzione Italiana:

«La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica, tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione», e l'articolo 27.1 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani:

«Ogni individuo ha diritto di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico ed ai suoi benefici».

A questi, inoltre, aggiungo il *Manifesto della cultura accessibile a tutti*, stilato a Torino nel 2012 e frutto della discussione del Tavolo Cultura Accessibile cui hanno partecipato numerose istituzioni, associazioni e operatori culturali per confrontarsi sul tema. Il manifesto propone principi che si auspica possano essere applicati ad ampio raggio per garantire l'accessibilità a tutti i pubblici dei musei, oltre a promuovere studi, ricerche, sperimentazioni e attività orientate per sviluppare ulteriori approfondimenti di un tema così sensibile.

Sulla base di quanto accennato, provo ad implementare le definizioni e i compiti dell'archeologia.

L'archeologia, in quanto 'strumento' di sviluppo della cultura, è e va trattata come 'bene comune'. È tra i compiti dell'archeologo la 'restituzione' al pubblico delle proprie attività e scoperte. Non credo ci si debba porre il quesito di chi sia

\* Comitato Nazionale Italiano dell'International Council of Museum (ICOM).

il pubblico perché ritengo che ognuno ha il diritto di sentirsi chiamato in causa quando si opera in un territorio in cui vive quotidianamente e che conosce da molteplici punti di vista. Il 'datore di lavoro' dell'archeologo (per quei quattro soldi che arrivano...) è il pubblico, cioè tutte le persone che attraverso le imposte finanziano (finanzierebbero, meglio...) la ricerca scientifica, incluse le ricadute sulla propria vita che l'implemento della conoscenza deve avere.

Se questo è vero, allora l'archeologia deve essere una scienza condivisa. Spesso ci si sente dire che l'archeologia è un freno alla costruzione del moderno e allo sviluppo: per colpa di 'quattro cocci' non si fanno le metropolitane. Chi lavora nel settore sa che non è vero, ma l'immaginario collettivo così ci definisce. E allora, creare i presupposti di una archeologia condivisa non solo sfata miti e leggende, ma è (può e deve essere) una spinta propulsiva per la costruzione di un modello di sviluppo sostenibile. Insegnare il rispetto per l'antico, per la storia e per il bello pone premesse interessanti per il riconoscimento nel luogo e nello spazio di ogni individuo, qualunque sia la sua estrazione sociale o culturale.

Da ciò ne consegue che deve poter essere fruita da tutti: chiarezza e accessibilità devono essere le linee guida che muovono l'azione dell'archeologo. La divulgazione, troppe volte relegata a 'servizio aggiuntivo', è la chiave dell'interrelazione tra chi opera in archeologia e l'altro'. Con questo termine si vuole dare una dimensione maggiore al pubblico: ritengo necessario, per tutte quelle premesse di democraticità che ho inserito nella premessa, che si debba coinvolgere chi 'pubblico' non riesce a essere con facilità. Il coinvolgimento di quanti sono esclusi a priori dalla cultura (perché si sentono – o sono fatti sentire – inadeguati; perché persone con difficoltà sociali, cognitive, sensoriali; semplicemente perché non ne hanno esperienza) deve essere un impegno che l'archeologo deve assumersi.

Questa è, probabilmente, la parte più complessa. Bisogna imparare a decostruire un linguaggio tecnico (o tecnicistico) per costruire un linguaggio inclusivo; bisogna ascoltare cosa l'altro vuole sapere e organizzare il nostro discorso sulla base delle richieste. Bisogna, coinvolgendo, aiutare a costruire i mezzi per fare le richieste, mescolando i diversi saperi e le diverse necessità.

In questo modo è possibile costruire una vera tutela del territorio e del patrimonio, una tutela che parte dal basso e che può dare risultati eccellenti: avere il riconoscimento del ruolo e dell'appartenenza crea affezione



Fig. 1. *Progetto* Per un'archeologia condivisa, 2006-2012, Ritrovamento di reperti archeologici nell'area delle cd Terme di Vespasiano (Cittàducale, Rieti)

al luogo e alla sua storia, lo fa sentire proprio. Come potremmo, altrimenti, includere, ad esempio, italiani di seconda generazione?

Questo poi apre un nuovo aspetto interessante da considerare: l'economia della cultura. Ci stiamo abituando a sentir dire (anche da Ministri...) che «con la cultura non si mangia» oppure che «la cultura è il nostro petrolio». Eliminando aberrazione ed enfasi, semplicemente siamo abitanti di un luogo intriso di storia. Tutelarla significa viverlo, anche economicamente. E per viverlo bisogna mantenerlo in ottimo stato. E imparare a dividerlo. E quindi significa una maggiore attenzione, che è sinonimo di un minore costo di manutenzione! Se riconosco che quel bene è mio (meglio 'anche' mio), ne farò tesoro, tenderò a non 'perderlo': si veda, nei bilanci comunali, quale è l'incidenza delle riparazioni di atti vandalici...

Anche questa mi sembra un'ottima funzione dell'archeologia.

Ritorno al titolo: l'archeologia è una scienza che ha tutti i requisiti per agire in campo sociale. Bisogna programmare fin dal progetto di scavo quale sia la sua ricaduta; bisogna imparare ad ascoltare e a costruire considerando l'altro come specchio delle nostre azioni. Bisogna sapere che stare sulla torre d'avorio diminuisce e impoverisce le funzioni dell'archeologia; e la rende estremamente debole: non riusciremmo neppure a spiegare a cosa serve.

CHIARA STEFANI\*

## Valorizzazione, promozione e fruizione dei musei satellite della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea

In ambito museale il reale successo delle azioni volte a valorizzare, promuovere e rendere fruibili i beni culturali non può prescindere dall'interconnessione fra ogni singolo processo, che acquista efficacia solo nel quadro di iniziative d'insieme. Se desidero valorizzare un bene culturale, dovrò fare anche in modo di promuoverlo; ma questo non potrà avvenire se non lo avrò reso in primo luogo fruibile a un largo pubblico.

Che un museo non possa più sottrarsi a un continuo incremento delle proprie strategie di comunicazione, avvicinandosi sempre più a un modello di «museo relazionale» – dove la dimensione della relazionalità investe le modalità di gestione, che devono contemplare accessibilità diffusa e fruizione – al punto da proporsi quale «museo a tre dimensioni», è ormai un dato accertato, al pari della necessità di mantenere sempre uno sguardo vigile sul pubblico<sup>1</sup>. Oggetto di indagini conoscitive e di *focus group*, i vari tipi di pubblico che frequentano un museo sono ormai da anni al centro dell'attenzione di chi voglia promuovere le istituzioni museali in un'ottica, appunto, di «museo relazionale»<sup>2</sup>. D'altra parte, sono proprio le varie categorie di utenti di un museo – nel cui complesso non andranno tralasciati tutti i possibili *stake-holder* – che appaiono capaci di orientare il marketing strategico di un'istituzione museale<sup>3</sup>. Ritenendo, con altri, che un museo

\* Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea, Roma.

Questo contributo riprende in sintesi la relazione che l'Autrice ha svolto presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 8 maggio 2014).

1. *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, a cura di S. Bodo, Torino 2003, all'interno del quale si veda anche A.J. Wiesand, *Politiche del patrimonio e marketing museale in Germania. Prospettive dall'esperienza di Colonia*, pp. 101-138.

2. L. Solima, *Il pubblico dei musei: indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma 2000 e *Esperienza e conoscenza del museo: indagine sui visitatori della Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea*, a cura di M.M. Ligozzi, S. Mastrandrea, Milano 2008.

3. L. Solima, *Marketing strategico per la gestione dei musei*, in *Museo contro museo: le strategie, gli strumenti, i risultati*, a cura di P.A. Valentino, G. Mussetto, Firenze 2001, pp. 55-81.



non si risolve nel semplice binomio di «contenitore» e «contenuto», ma che sia anche costituito da quel patrimonio immateriale formato dal «sistema di conoscenze» che indirizza le sue scelte operative, appare evidente che l'attività educativa consente al contempo di veicolare le conoscenze acquisite e di orientare al mercato la gestione museale<sup>4</sup>.

Le iniziative svolte in questo senso dalla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea di Roma sono state per molti versi in anticipo sui tempi. Fu Palma Bucarelli, direttrice della Galleria dal 1940 al 1975 – in questo affiancata idealmente da Lionello Venturi e Giulio Carlo Argan – a intendere il valore propulsivo («propagandistico», volendo usare un suo termine) da attribuire alle attività didattiche, prima che esse si inserissero nel quadro di un apposito servizio educativo<sup>5</sup> che ospitò poi i primi laboratori didattici in ambito nazionale<sup>6</sup>.

Per quanto riguarda invece i musei dipendenti dalla medesima istituzione, solo in tempi recenti è stato attivato un servizio educativo unificato. Nonostante la notevole diversità nella storia della formazione e nei processi di acquisizione delle quattro sedi, l'intento iniziale del nuovo servizio educativo è stato quello di proporre attività che potessero favorire la promozione di ogni singolo museo all'interno di un circuito di fruizione comune<sup>7</sup>. Precedentemente, i musei avevano proceduto in modo autonomo, orientando le proprie attività educative – oltre ai servizi di visite guidate, conferenze, convegni – verso progetti relativi alle disabilità e all'integrazione sociale (Museo Andersen), al rapporto con il territorio (Raccolta Manzù), e a servizi offerti alle famiglie (Museo Mario Praz).

4. *Id.*, p. 59.

5. P. Bucarelli, *Le manifestazioni didattiche nella Galleria Nazionale d'Arte Moderna*, in «Bollettino d'Arte», XXXVII, serie IV, 2, aprile-giugno 1952, pp. 185-186; *Ead.*, *Funzione didattica del museo d'arte moderna*, in *Il museo come esperienza sociale*, Atti del convegno, Roma, 4-6 dicembre 1971, Roma 1972, pp. 21-25; R. Camerlingo, *Cenni per una storia dei Servizi Educativi della Galleria*, in *Che c'è di nuovo in Galleria?*, a cura di M.G. Di Monte, F. Pellicci, Roma 2003, pp. 17-23. Sulla priorità, in Italia, dell'adozione di servizi aggiuntivi da parte della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea in applicazione della legge Ronchey, si veda inoltre S. Mini, B. Amici, *La Galleria Nazionale d'Arte Moderna di Roma*, in *Museo contro...cit.*, pp.230-239.

6. T. Calvano, *L'attività didattica dei musei in Italia: qualche osservazione*, in «Bollettino d'Arte», LXVI, serie VI, 12, ottobre-dicembre 1981, pp. 158-159.

7. C. Mele, C. Stefani, *Musei fatti in casa! Sinergie di un progetto di didattica nel circuito dei musei satelliti della Galleria Nazionale d'arte moderna e contemporanea*, in «Raccolta Manzù: allestimenti e ricerche, quaderni on-line», n. 2, 2014, pp. 157-171 (<http://www.museomanzu.beniculturali.it/index.php?it/156/raccolta-manzu-allestimenti-e-ricerche-quaderni-online>).

A titolo di esempio, il Museo Andersen nella scorsa primavera – all'interno di una convenzione con l'associazione culturale Patatrac – ha sostenuto il progetto *La strada dell'arte* che ha visto la via Flaminia al centro di iniziative volte a farne una strada nazionale delle Pari Opportunità<sup>8</sup>. Questo progetto è stato connotato dalla capacità di rivolgersi sia a un pubblico con disabilità più o meno conclamate che a un pubblico normodotato, in assonanza con le attività proposte dal Museo Omero di Ancona<sup>9</sup>. Inoltre, esso è stato fondato sulla consapevolezza della necessità di un forte legame con il territorio: quello stesso legame che ha caratterizzato le attività didattiche realizzate dall'associazione culturale Ecomuseo Lazio Virgiliano presso la Raccolta Manzù ad Ardea. In questa sede, localizzata in un contesto periferico, le iniziative volte a rafforzare l'appartenenza a un'identità territoriale sono state al centro del progetto *Radici con le ali*, prevalentemente rivolto alle scuole primarie e secondarie, e realizzato a seguito di una convenzione del 2008 con la Raccolta Manzù. Il Museo Mario Praz invece, dopo un'indagine osservante sul pubblico adulto e sul pubblico delle scolaresche (2008-2009), entro il 2013 ha concentrato prevalentemente le proprie attività educative sul pubblico delle famiglie<sup>10</sup>. A tale utenza sono state proposte visite guidate differenziate (per bambini e per genitori) e laboratori didattici, sempre in stretto collegamento con l'attività espositiva programmata dal museo e grazie all'appoggio di numerosi sponsor tecnici (fig. 1). Le sinergie createsi in questo mutuo rapporto tra istituzione pubblica e sponsor privato, hanno consentito di valorizzare il museo, di promuovere la sua immagine, utilizzando anche nuovi canali di comunicazione, e di incrementarne la fruizione.

Considerato che il Museo Boncompagni Ludovisi, a seguito del nuovo allestimento inaugurato nell'aprile 2014, ha avviato una convenzione con la sezione giovani del Fondo Ambiente Italiano (FAI), l'insieme delle attività intraprese nei musei dipendenti dalla Galleria nazionale d'arte moderna e

8. Promosso dal Comune di Riano, il progetto è stato sostenuto dal Dipartimento delle Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

9. Per il quale si faccia riferimento a *Toccare l'arte: l'educazione estetica di ipovedenti e non vedenti*, a cura di A. Bellini, Roma 2000 e *L'arte a portata di mano: verso una pedagogia di accesso ai beni culturali senza barriere*, Atti del convegno, Portonovo di Ancona, 21-23 ottobre 2004, Roma 2006.

10. M.M. Ligozzi, C. Stefani, *Indagine conoscitiva sul pubblico del Museo Praz*, in «Belle Arti 131», n. 1, 2012, pp.175-189 ([http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM\\_daleggere/BelleArti131\\_/#p=1](http://www.gnamdrive.beniculturali.it/gnam/GNAM_daleggere/BelleArti131_/#p=1)).



Fig. 1. *Momento dell'attività del servizio educativo Impara l'arte e fai la tua parte*, aprile 2013, Roma, Museo Mario Praz

contemporanea riflette quella che può definirsi la *mission* di ogni museo del XXI secolo. Infatti, l'attenzione a un dialogo con il pubblico nella sua sfaccettata presenza, l'accessibilità diffusa e favorita da adeguati supporti comunicativi, il legame con le identità territoriali, l'apertura a collaborazioni con terzi – da istituzioni culturali a università e *partner* appartenenti a altri settori – caratterizzano sempre più le politiche museali internazionali. Che però, per poter raggiungere i propri obiettivi, necessitano di risorse umane, oltre che finanziarie<sup>11</sup>.

11. L. Solima, *Marketing...cit.*, p.78. Si vedano inoltre nel contesto italiano: M. Trimarchi, *Economia e cultura: organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*, Milano 1993, cap.8, Parte V e L. Zan, *Economia dei musei e retorica del management*, Milano 2007.

STEFANIA VANNINI\*

## Il MAXXI, un luogo di esperienza per tutti

Il Dipartimento educazione del Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo (MAXXI) nasce nel 2004 e l'obiettivo era di entrare in relazione con il pubblico, in anticipo rispetto all'apertura del Museo avvenuta nel 2010. Il primo progetto speciale ha posto l'accento sull'importanza e la centralità dell'accoglienza e ascolto: un gruppo di persone disabili di un centro di salute mentale e alcuni pensionati del Flaminio, nell'ambito di un workshop con l'artista Cesare Pietroiusti, hanno avuto un opening 'dedicato' in cui estendere l'invito alle loro 'persone preferite', entrate così nel MAXXI, il giorno dell'inaugurazione, prima del mondo dell'Arte e della Cultura.

Un'altra tappa importante è stato il progetto ispirato dall'opera di Michelangelo Pistoletto *Tavolo del Mediterraneo*, intorno al quale si sono avvicinati comunità di migranti e mondo dell'associazionismo, per parlare di intercultura e progetti di integrazione culturale. Tra gli altri *Arteinsieme-Cultura e Culture senza barriere*, promosso dal Museo Tattile Omero di Ancona per agevolare l'accessibilità al patrimonio culturale delle persone con disabilità visive. Da allora collaboriamo stabilmente con l'associazione Museum per i progetti per non vedenti e ipovedenti, proponendo itinerari tattili a partire dalla scoperta esperienziale dell'architettura di Zaha Hadid, avvalendoci dei modelli tattili di due opere della collezione permanente, con relative tavole in nero e in Braille (fig. 1).

Con l'Istituto Statale per Sordi di Roma nel 2013 abbiamo siglato un protocollo in virtù del quale sono state programmate occasioni di incontro che hanno dimostrato che il MAXXI è visto dai sordi, specie giovani, come un luogo *Deaf friendly*, forse proprio grazie alla sua architettura di ampi

\* Fondazione MAXXI Museo nazionale delle arti del XXI secolo, Roma.

Questo contributo riprende la relazione che l'Autrice ha svolto presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, in occasione della III giornata di studi *Museo Facile. Nuovi apparati comunicativi per il Museo H.C. Andersen* (Cassino, 8 maggio 2014).



Fig. 1. Percorso tattile per persone non vedenti e ipovedenti, Roma, MAXXI

spazi che consentono libertà e apertura di sguardo, particolarmente apprezzata da chi utilizza una lingua visiva come la Lingua Italiana dei Segni (LIS). Il prossimo obiettivo sarà proporre allo staff del Museo l'opportunità

di una formazione adeguata per comprendere la specificità della disabilità, affinché il Museo possa offrire alle persone sorde un'accoglienza adeguata alle loro esigenze e aspettative.

Le attività programmate prevedono lo scambio tra gruppi diversi di persone: migranti, disabili e non, studenti e anziani. Il MAXXI, da oltre due anni, accoglie un gruppo di minori rifugiati, afgani, egiziani, bangladesi e provenienti dall'Africa sub Sahariana, inserendosi nel lungo e difficile percorso che loro fanno per uscire da una condizione di anonimato e isolamento. I ragazzi frequentano il centro diurno CivicoZero, nel quartiere San Lorenzo e il Museo li coinvolge in percorsi narrati alla presenza del pubblico con l'obiettivo di contribuire all'acquisizione di un senso di appartenenza e identità positivi che possa incoraggiarli a proseguire nel loro percorso di integrazione.

Da queste occasioni di scambio tra pubblici diversi è nato il progetto *Narrazioni da Museo a Museo, dedicate a Paolo Rosa* in cui la narrazione è l'ultimo atto, la restituzione dell'esperienza che chi narra ha compiuto sull'opera indagando il messaggio dell'artista nella sua complessità, fino a che la conoscenza si è trasformata nella costruzione di significati 'altri' cui si intreccia il vissuto individuale. In occasione della mostra *Non Basta Ricordare* dedicata alla collezione permanente e appena conclusa, le opere sono state messe in relazione con il patrimonio di altri musei, dando luogo a visioni inedite e pluridisciplinari che hanno reso il MAXXI soggetto attivo e luogo di incontro, con il Dipartimento educazione nel ruolo di regista e attivatore di senso. In questa prima fase abbiamo collaborato con il Museo nazionale etrusco di Villa Giulia, l'Istituto nazionale per la Grafica, il Museo Laboratorio della Mente e, tra le istituzioni, con l'Accademia nazionale di Santa Cecilia, l'Istituto Statale per Sordi, il laboratorio CivicoZero, il Centro Territoriale Permanente-Lifelong Learning Esquilino per l'insegnamento dell'italiano come lingua seconda (L2) (fig. 2) e l'Associazione di riqualificazione urbana Il Villaggio dei Bambini del Villaggio Olimpico.

La strategia adottata dal progetto ha consentito al MAXXI la proposizione al pubblico dell'Educazione al patrimonio in chiave interculturale, intesa come una pratica trasformativa, così come recita la Convenzione Unesco del 2003: «patrimonio ricreato, laddove i beni sono visti come un insieme in divenire da rimettere in circolo, da ricostruire nei significati e ricollocare in



Fig. 2. Momento musicale durante la narrazione dedicata a Mandela con il Centro Territoriale Permanente Esquilino, Roma, MAXXI

uno spazio sociale di scambio». Il coinvolgimento nel progetto del pubblico che propone la sua personale lettura in un contesto informale, rende la cultura e l'arte elementi essenziali di integrazione sociale e linguaggio comune per avvicinare le differenze. Tra le altre la narrazione sull'installazione *Plegaria Muda* dell'artista colombiana Doris Salcedo è stata dedicata alle 'persone invisibili': dai 'desaparecidos' della Salcedo ai giovani di CivicoZero, che hanno raccontato il loro viaggio dai Paesi d'origine e la loro visione dell'opera, insieme a una neuropsichiatra infantile e alla collega dell'Ufficio conservazione che ha svelato 'il dietro le quinte' dell'installazione (fig. 3). L'ultima narrazione, in occasione delle Giornate Europee del Patrimonio e della Giornata Mondiale del Sordo, ha avuto luogo davanti e all'interno di *Infinite Cell* di Alfredo Jaar, che evoca lo spazio nel quale Antonio Gramsci scrisse i *Quaderni dal carcere*. L'attore e scenografo sordo Dario Pasquarella, avvalendosi delle potenzialità espressive del linguaggio del corpo, ne ha dato un'emozionante e inedita interpretazione richiamandosi alla condizione di isolamento e reclusione nel silenzio vissuta dalle persone sorde. A seguire tre studenti di liceo si sono alternati nella lettura di *Odio*



*Fig. 3. I ragazzi di CivicoZero conducono il pubblico alla scoperta di Plegaria Muda di Doris Salcedo, Roma, MAXXI*



*gli indifferenti* supportati dalla traduzione in LIS, per il numeroso pubblico sordo che ha seguito poi, nel pomeriggio, la visita guidata al Museo laboratorio della Mente nell'ex Manicomio di Santa Maria della Pietà, dove tanti sordi hanno sperimentato sulla propria pelle l'internamento.

L'obiettivo che ci stiamo dando è di fare del MAXXI un luogo ospitale e democratico e del suo patrimonio una risorsa per il dialogo tra le culture, elemento essenziale di integrazione, affinché tutti possano veramente sviluppare la propria capacità personale di comprensione, rafforzare le abilità di giudizio e il senso critico, raggiungere obiettivi 'interiorizzati', spendibili, a disposizione della propria esperienza di vita.

ADELE GENTILE\*

## La cultura scientifica e l'università. Vent'anni di attività e iniziative

Con l'inizio dell'anno accademico 1992-93 si inaugurò presso l'Università degli Studi di Cassino il Centro per la Diffusione della Cultura Scientifica nell'ambito delle iniziative intraprese per la divulgazione di questo settore disciplinare. Venne istituita la Settimana della Cultura Scientifica, così come parchi scientifici e tecnologici, prototipi e progetti per nuovi musei della scienza, finalizzate ad incrementarne la conoscenza di base e a ridare impulso alla ricerca.

L'Ateneo di Cassino si propose la raccolta sistematica dei prodotti relativi all'alfabetizzazione e all'educazione scientifica e tecnologica di massa muovendo i primi passi per la costituzione di una biblioteca-mediateca di materiali prodotti a livello internazionale: da libri a filmati, da fotografie a diapositive, da cataloghi di mostre a riviste specializzate, a software interattivi per la didattica.

Il materiale raccolto venne messo a disposizione di tutti coloro che, in ambito scolastico e universitario, intendevano sviluppare una più moderna didattica delle scienze e della storia della scienza, nella diffusione dei risultati della ricerca per fini di informazione e divulgazione.

Dal 1992 a oggi, con il progresso scientifico e tecnologico, la rete e l'allaccio alle maggiori banche dati scientifiche internazionali con il relativo reperimento e aggiornamento continuo, l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale lavora a progetti, iniziative espositive e convegni e a tutto ciò che è mirato alla diffusione della cultura scientifica di base.

Questo aspetto del lavoro dell'Ateneo di Cassino ha suscitato grande interesse nella Commissione CEE per l'insegnamento delle scienze, in particolare grazie al referente per la divulgazione scientifica dell'Università di Cassino, il prof. Pietro Corsi, ordinario di Storia della Scienza (ora catte-

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

dratico presso l'università di Oxford) che nella conferenza di Bruxelles del 1995 propose la soluzione indispensabile di creare un rapporto di fiducia e di servizio con singoli docenti o gruppi di docenti. In effetti, l'obiettivo da raggiungere non era tanto fornire un servizio o una cultura scientifica alla minoranza già motivata e interessata del corpo docente, quanto ampliare il numero di docenti pronti ad affrontare seriamente il problema di una qualificazione permanente della loro preparazione e, di conseguenza, di quella dei loro studenti.

Il problema della divulgazione scientifica in un'area geografica e culturale non certamente privilegiata, come quella in cui si trovava e si trova ad operare il nostro Ateneo, richiedeva uno sforzo di dotazione di strumenti da poter mettere a disposizione sia degli insegnanti sia dei nostri studenti. Inizialmente ci fu uno sforzo finanziario non indifferente, ma pienamente compatibile con le erogazioni ricevute: i fondi filmici della mediateca, i testi disponibili in *microfiche* (dunque facilmente fotocopiabili tramite apposite apparecchiature esistenti nei nostri laboratori), una dotazione unica in Italia di cui il nostro Ateneo ebbe il privilegio di dotarsi.

In seguito, come indicato espressamente nei protocolli ministeriali di erogazione dei fondi richiesti, iniziò una fattiva collaborazione con gli Istituti e i Musei di Storia della Scienza di Firenze e di Roma, lo Smithsonian Institution, il Wellcome Institute e la Library of Congress degli Stati Uniti fino a offrire in rete i prodotti museali creati dalla nostra università, sia per pubblicizzare le nostre attività, sia per allacciare proficui contatti di collaborazione e possibilmente sollecitare ulteriori finanziamenti. Parte dei finanziamenti ottenuti nel ventennio di cui si parla è stata destinata alla creazione di progetti di informazione scientifica e di educazione alla salute con la mostra *Alter Ego: droghe e cervello* (figg. 1-2), che ha visto coinvolte personalità della scienza contemporanea come Rita Levi Montalcini e Jean-Pierre Changeux, Gianluigi Gessa e Alessandro Tagliamonte; enti di ricerca quali il National Institute of Health di Bethesda, il National Institute of Drug Abuse del Governo Federale degli Stati Uniti, il Drug Addiction Research Center di Amsterdam del Professor Peter Wallenberg, il Wellcome Institute for the History of Medicine di Londra. Per la mostra *Immagini della scienza, L'altra battaglia di Cassino. Contro la Malaria a cinquant'anni dall'epidemia della Valle del Liri. 1946-1996*, mostra storico-documentaria

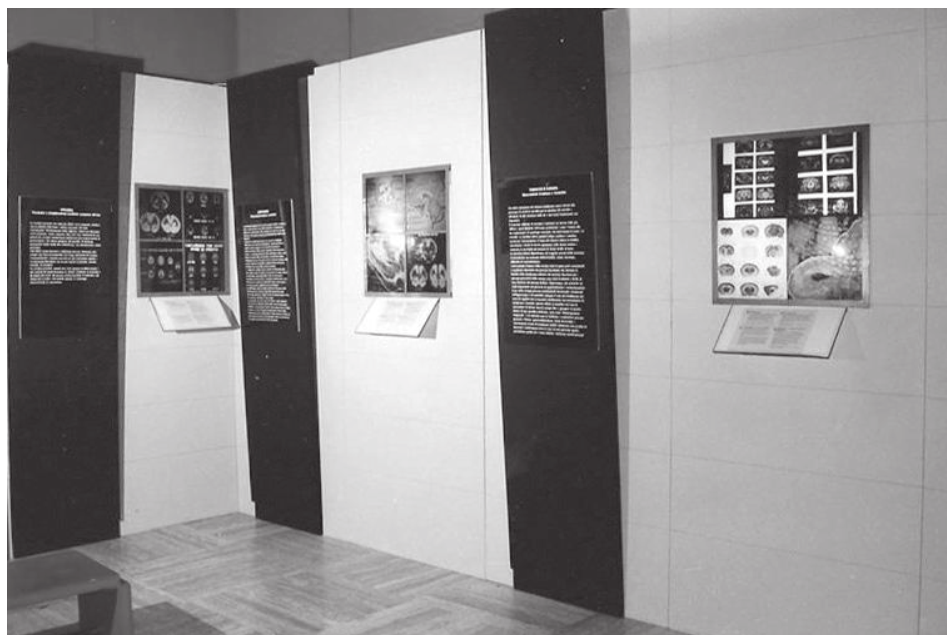


Fig. 1-2. *Mostra itinerante didattico documentaria Alter Ego: Droga e cervello*, Centro per la Diffusione della Cultura Scientifica dell'Università degli Studi di Cassino, 24 novembre-14 dicembre 1994

sul Cinquantenario della grave epidemia nella Valle del Liri, si è registrata la collaborazione dell'Istituto di Parassitologia dell'Università La Sapienza di Roma; il convegno internazionale *Parlare di Scienza, La formazione tra cultura scientifica e cultura umanistica, Sciences et Langues en Europe* è stato invece organizzato con il Centre Alexandre Koyré dell'Ecole des hautes études en sciences sociales. Altre iniziative sono state *l'Histoire des sciences et des techniques pour comprendre notre temps, Cité des sciences et de l'industrie* e *Les semaines européennes de la culture scientifique: bilan et projets* tenutesi a Bruxelles, e *Videoscienza, Le Radici del Presente - incontri sul Novecento* in un intreccio multidisciplinare che ha unito le scienze umani e sociali con l'innovazione tecnologica indirizzando la diffusione della cultura scientifica nel mondo accademico cassinate verso il territorio. Tutto ciò ha permesso in questo ventennio di ridurre le distanze fra la scienza e i non addetti ai lavori, sia nell'ambito dell'istruzione sia nella vita quotidiana.

ELENA GRADINI\*

## L'Isola dei Musei di Berlino. Un esempio di comunicazione e accessibilità culturale

La grande maggioranza del patrimonio culturale tedesco cui afferiscono musei, biblioteche, archivi ed istituti di cultura è riunito all'interno della Stiftung Preussischer Kulturbesitz<sup>1</sup>. Scopo primario della Fondazione è custodire e promuovere il patrimonio prussiano nella sua diversità e importanza, dialogando in modo continuo con il mondo accademico e culturale al fine di rivolgere la propria offerta formativa al pubblico e agli specialisti. Tali finalità sono perseguite dalle due maggiori istituzioni pubbliche della città afferenti alla Fondazione, la Staatsbibliothek zu Berlin (Biblioteca di Stato) e gli Staatliche Museen zu Berlin (Musei Nazionali di Berlino). Tra le priorità vi è l'educazione al patrimonio attraverso il museo, inteso come «luogo sociale per l'apprendimento e la comunicazione» rivolta al maggior numero di persone possibili<sup>2</sup>.

Le origini storiche di tali istituzioni risalgono al 1661 quando Federico Guglielmo di Hohenzollern fondò il primo nucleo della Biblioteca di Stato, e in seguito Federico il Grande seppe attuare scelte importanti che gettarono le basi per la nascita delle future collezioni reali nel XVIII secolo. Nel 1830 viene inaugurato il Königliches Museum auf der Spreeinsel, Altes Museum di oggi, come primo museo pubblico di Berlino. L'attività di raccolta e acquisizione ha permesso l'espansione delle collezioni per tutto il XIX secolo, soprattutto grazie all'apporto di Wilhelm von Humboldt, coautore dei primi statuti dei musei, che ne ha sempre sostenuto il carattere enci-

\* Università degli Studi della Tuscia, Viterbo.

1. La Stiftung Preussischer Kulturbesitz (Fondazione per il Patrimonio Culturale Prussiano), fondata nel 1957 per conservare le collezioni dello stato prussiano come patrimonio di tutta la Germania, è un'istituzione culturale di fama internazionale nel campo delle discipline umanistiche e sociali. Oggi la Fondazione conserva, coltiva e amplia la sua sterminata collezione e la trasmette al pubblico attraverso mostre, pubblicazioni, eventi e diverse forme di accesso al patrimonio delle proprie biblioteche e archivi. Sta inoltre contribuendo in modo cruciale al riassetto dell'Isola dei Musei di Berlino. Cfr. [www.preussischer-kulturbesitz.de](http://www.preussischer-kulturbesitz.de).

2. Cfr. [www.preussischer-kulturbesitz.de](http://www.preussischer-kulturbesitz.de).



Fig. 1. Berlino, *Pergamonmuseum*



Fig. 2. Porta del Mercato di Mileto, Berlino, Pergamonmuseum

clopedico e le finalità scientifiche, influenzando l'istruzione e la ricerca. Parallelamente, le estese attività di scavo promosse dai musei insieme alle spedizioni scientifiche in Grecia e Asia Minore hanno aiutato le collezioni archeologiche a crescere continuamente, portando a Berlino l'arte e la cultura non europea. Da questa visione è nata nel 1830 la Museumsinsel<sup>3</sup>. L'Isola dei Musei ha acquisito col tempo la forma che la caratterizza oggi,

3. L'Isola dei Musei è un insieme di cinque musei su una piccola isola della Sprea, il fiume cittadino. Concepita come tempio dell'arte, abbraccia l'evoluzione della concezione museale del XX secolo e raccoglie opere e reperti che raccontano oltre seimila anni di arte amministrata dalla Stiftung Preußischer Kulturbesitz, la Fondazione responsabile del patrimonio culturale degli Hohenzollern. È composta dall'Altes Museum (1830), il Neues Museum, (1859), l'Alte Nationalgalerie (1876), Bode Museum (1904), Pergamon Museum (1930).

Cfr. [www.berlin.de/](http://www.berlin.de/) Das offizielle Hauptstadtportal (Traduzione di Elena Gradini).



con i suoi cinque edifici, progettati secondo la visione utopica dell'epoca, come un'acropoli per l'arte e la scienza al centro di Berlino.

La tipicità del luogo, unitamente al valore straordinario e universale delle raccolte, ha fatto sì che nel dicembre 1999 l'UNESCO ha annoverato l'Isola dei Musei nella sua lista dei siti patrimonio dell'umanità<sup>4</sup> «per l'evoluzione della moderna architettura museale e di design e per l'esempio di museo inteso come istituzione sociale e democratica»<sup>5</sup>. Punti di forza sono le misure adottate per la conservazione del patrimonio e l'accessibilità dello stesso a larghe fasce di pubblico.

Il Pergamonmuseum è il più conosciuto, realizzato da Alfred Mussel nel 1930 per le nuove esigenze espositive dove ospitare le opere ritrovate dagli archeologi tedeschi del XIX secolo in Asia Minore (fig. 1). Il Pergamonmuseum attira ogni anno oltre un milione di visitatori provenienti da ogni parte del mondo che giungono per ammirare l'*Altare di Pergamo*, la *Porta del Mercato di Mileto* (fig. 2) e la *Porta di Ishtar* (fig. 3), intese come opere 'attraversabili' in grado di aumentare l'esperienza estetico-percettiva. Gli standard di accessibilità museale sono alti e rivolti ad un pubblico ampiamente stratificato<sup>6</sup>.

Oltre all'*Altare di Pergamo*, rivestono fondamentale importanza le collezioni d'arte islamica, la numismatica di epoca greco-romana, la sezione del Vicino Oriente, i cui scavi provengono dai siti assiri e babilonesi. Dal 1999 è stato approvato e avviato un piano per il rinnovamento e la modernizzazione su vasta scala dell'intera area, che intende trasformare l'Isola dei Musei in un luogo culturale di avanguardia.

Nella mediateca del Pergamonmuseum è possibile vedere virtualmente il progetto *Masterplan Museumsinsel Berlin 2015*<sup>7</sup>, che darà nuovo respiro al centro storico di Berlino, coniugando il sogno utopistico di Friedrich Stiller

4. Cfr. [www.preussischer-kulturbesitz.de](http://www.preussischer-kulturbesitz.de)

5. [www.preussischer-kulturbesitz.de](http://www.preussischer-kulturbesitz.de) (Traduzione di Elena Gradini).

6. Sono disponibili audio-guide in molte lingue straniere il cui utilizzo è compreso nel prezzo del biglietto d'ingresso, laboratori didattici per persone con disabilità o mobilità ridotta, guide speciali per non vedenti e ipovedenti. Cfr. [www.smb.museum/de](http://www.smb.museum/de).

7. Tra le novità: la *Passeggiata Archeologica* che collegherà i diversi palazzi oltre a numerosi interventi infrastrutturali. Verranno anche restaurati i giardini dell'Alte Nationalgalerie, che saranno restituiti al loro aspetto dei primi anni del Novecento, e la quarta ala del Pergamon, il cui nuovo accesso rappresenta il punto focale di tutto il piano di riassetto architettonico. [www.museumsinsel-berlin.de/masterplan/projektion-zukunft](http://www.museumsinsel-berlin.de/masterplan/projektion-zukunft).



Fig. 3. Porta di Ishtar, Berlino, Pergamonmuseum

con le tecnologie più avanzate al servizio del pubblico, per sviluppare l'idea di complesso museale praticabile. Questa visione è propria del sistema culturale tedesco, basato sul principio che tutti debbano avere libero accesso alla memoria culturale della Germania.

La Stiftung Preussischer Kulturbesitz garantisce la collaborazione continua tra musei, biblioteche, archivi, cinemateche e istituti di cultura 'offrendo' il sapere in versione multimediale<sup>8</sup>. «La memoria culturale della Germania è di tutti – afferma Hermann Parzinger, presidente della Preussischer Kulturbesitz e della Deutsche Digitale Bibliothek (DDB) – vogliamo che cultura e scienza siano per tutti visibili, pertanto desideriamo rendere accessibile tutto a tutti. Ci saranno visite virtuali di musei come anche immagini 3D di sculture e monumenti. Certo non si potrà mai sostituire la visita ad un museo, ma vogliamo offrire la possibilità di lavorare al meglio sulla preparazione di una visita e sulla sua successiva elaborazione»<sup>9</sup>. Ormai, nell'epoca della tecnologia, è inevitabile che cultura e scienza siano disponibili anche in digitale per garantire la massima accessibilità e fruizione possibile del patrimonio.

8. Oltre alla Stiftung Preussischer Kulturbesitz, un ruolo fondamentale nella divulgazione della cultura è offerto dalla DDB-Deutsche Digitale Bibliothek (Biblioteca digitale tedesca) che promuove il patrimonio culturale tedesco online grazie anche all'utilizzo di un network per la scienza. La DDB rappresenta l'ulteriore tassello del portale culturale europeo Europeana. Cfr. [www.deutsche-digitale-bibliothek.de](http://www.deutsche-digitale-bibliothek.de), [www.rom.diplo.de](http://www.rom.diplo.de).

9. Cfr. [www.rom.diplo.de](http://www.rom.diplo.de) (traduzione di Elena Gradini).

VALERIA PICA\*

## Analisi della comunicazione integrata e dell'accessibilità per la valorizzazione del territorio

Il territorio nazionale è caratterizzato da una capillare presenza di musei locali che raccontano la storia e conservano le radici storiche delle comunità residenti; negli ultimi anni si è osservata una crescita esponenziale di musei di medie o piccole dimensioni ottemperando così al racconto delle microstorie che se da un lato arricchiscono il panorama culturale, dall'altro richiedono una razionalizzazione sia delle risorse sia dei sistemi di comunicazione e accessibilità. Tali sistemi non sempre sono rispettati o rispecchiano un lavoro di programmazione e attuazione di standard che garantirebbero lo status di museo (così come indicato nel Codice etico dell'International Council of Museums redatto nel 2004) e consentirebbero a un pubblico più vasto di godere delle collezioni e delle attività degli istituti museali.

Partendo da questa considerazione, è stato avviato il progetto di ricerca *Per una rete museale della provincia di Frosinone. Analisi della comunicazione integrata e dell'accessibilità per la valorizzazione del territorio*, che mira a promuovere la ricchezza e varietà degli istituti museali della Provincia di Frosinone attraverso un sistema integrato di comunicazione e accessibilità appositamente studiato<sup>1</sup>. L'analisi è rivolta, almeno in questa fase, ai soli musei storico-artistici per rispondere all'esigenza di avere un campione omogeneo di musei e di rendere la ricerca il più coerente possibile con il settore disciplinare L-ART/04 (Museologia e critica artistica e del restauro) di riferimento per il progetto. In prima battuta è stato necessario censire i musei esistenti e, grazie alla collaborazione dell'Ufficio Musei della Re-

\* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

1. Il progetto di ricerca è finanziato dalla Provincia di Frosinone a seguito di una convenzione con l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, che ha bandito il concorso per il conferimento di un assegno di ricerca nel SSD: Museologia e critica artistica e del restauro, L-ART/04, con sede presso il Dipartimento di Lettere e Filosofia e responsabile scientifico la prof.ssa Ivana Bruno. Tale progetto è stato avviato da chi scrive nell'aprile del 2014 e si concluderà nell'aprile 2015.

gione, sono stati rintracciati anche i musei di recente istituzione. Ne sono stati individuati quindici che coprono tutta la provincia e offrono un quadro ampio di indagine per quanto riguarda le collezioni, i sistemi di informazione e promozione, la sensibilità verso i pubblici disabili, la diversificazione dell'offerta educativa<sup>2</sup>. Alcuni di questi musei presentano sia una collezione archeologica sia una collezione storico-artistica e nell'analisi dei dati si terrà conto solo della seconda per mantenere un'omogeneità di rapporti.

Da una prima parziale analisi dei dati<sup>3</sup> si nota una diffusa carenza di attenzione verso gli aspetti della comunicazione a partire da elementi basilari come l'aggiornamento degli orari di apertura e dei contatti (telefonici o mail), fino all'assenza di un sito internet che possa comunicare all'esterno le attività del museo. Questo dato è molto interessante e conferma l'ipotesi di partenza circa la necessità di creare un organo di comunicazione che possa fare sistema e mettere in rete i musei della Provincia cercando di superare le denominazioni giuridiche (civico, diocesano, fondazione, privato, ecc.) per arrivare a fornire un servizio di qualità alle comunità locali e non solo.

Gli aspetti comunicativi indagati non si limitano alla promozione dei musei, ma si allargano necessariamente ai concetti di educazione e inclusione che i pubblici possono sperimentare o meno al museo. Sono emersi esempi concreti di attenzione ai pubblici come ad esempio nel Museo della Città e del territorio di Aquino, che ha avviato un lavoro di ripensamento e riallestimento delle collezioni per giungere a una migliore costruzione del significato delle opere esposte, nel tentativo di superare alcuni limiti dovuti a salti cronologici razionalizzando i nuclei collezionistici esistenti<sup>4</sup> (fig. 1). Altro esempio positivo di attenzione al pubblico è quello della Fondazione Mastroianni di Arpino

2. I 21 musei storico-artistici selezionati nella provincia di Frosinone sono: Raccolta della Chiesa di Santa Maria Maggiore di Alatri; Mostra permanente Tommaso Gismondi di Anagni; Museo Bonifaciano e del Lazio meridionale di Anagni; Museo del Tesoro della Cattedrale di Anagni; Museo della Città e del territorio di Aquino; Fondazione Umberto Mastroianni di Arpino; Casa Museo Académie Vittì di Atina; CAMUSAC di Cassino; Museo storico-artistico dell'Abbazia di Montecassino; Museo diocesano di Ferentino; Museo del Castello di Fumone; Museo Ada e Giuseppe Marchetti di Fumone; Museo delle Ombre di Vallemaio; Museo dell'Abbazia di Casamari; Museo del Tesoro della Cattedrale di Veroli.

3. Al momento sono a disposizione alcuni dati, ma non è ancora ultimata la seconda fase che prevede la proposta di una rete di comunicazione integrata dei musei coinvolti nello studio.

4. Il 24 ottobre 2014 è stato inaugurato il nuovo allestimento del Museo della Città di Aquino, come prima fase del rinnovamento che vedrà coinvolte le varie sedi museali del Comune di Aquino (la casa di S. Tommaso e la chiesa di S. Maria della Libera) e l'area archeologica circostante.



Fig. 1. Aquino, *Museo della città e del territorio*



Fig. 2. Arpino, *Fondazione Mastroianni di Arpino*

che, oltre alla notevole collezione di vari membri della famiglia Mastroianni, ha saputo rendersi interlocutore di esigenze di aggregazione e socializzazione alla base di un buon funzionamento del museo<sup>5</sup> (fig. 2).

Questo punto si collega a un altro aspetto analizzato nella ricerca, l'accessibilità che è definita 'totale' perché si riferisce non solo all'abbattimento delle barriere architettoniche a favore dei disabili motori, ma in senso più ampio alle barriere cognitive che in larga parte determinano l'allontanamento o il disinteresse verso le attività dei musei. Riuscire a far percepire il museo come elemento integrante della comunità, come centro propulsore di attività culturali di varia natura favorisce sensibilmente la finalità ultima del museo di essere un centro di inclusione sociale.

L'obiettivo di questa ricerca è la creazione di una rete museale della provincia di Frosinone che possa fornire le linee guida per il miglioramento dei sistemi comunicativi e di accessibilità, mettendo in collegamento realtà diversificate che vivono a stretto contatto con il territorio di cui sono lo specchio e la memoria. La giusta valorizzazione dei musei locali ne incoraggia la visibilità e determina al tempo stesso il senso di appartenenza migliorando il rapporto tra comunità e museo, tra tutela attiva e conservazione, tra partecipazione e programmazione di attività che hanno in ogni caso una ricaduta positiva sul territorio sia per la visibilità che ne consegue sia per le energie coinvolte. Si dà avvio a un sistema virtuoso di domanda e offerta culturale che si declina in forme e argomenti molteplici e genera un arricchimento sociale profondo e duraturo.

5. Tra le attività svolte presso la Fondazione Umberto Mastroianni di Arpino si annoverano le numerose mostre e conferenze, oltre agli itinerari tematici delle collezioni e il cinema all'aperto nei mesi estivi. Inoltre, la bacheca, sempre aggiornata all'ingresso della Fondazione, fornisce utili informazioni su attività svolte in altre sedi museali ponendosi come centro di divulgazione delle iniziative culturali della Provincia.

CELESTE STEFANIA, MAURO COLETTO\*

## La *Sentiment Analysis* per i Musei 2.0. Un approccio *bottom-up* per la conoscenza del pubblico

Le tecnologie digitali, in primis i *social media*, stanno giocando un ruolo determinante nella trasformazione del rapporto visitatore-museo. Negli ultimi anni, come confermano pubblicazioni, convegni e tavole rotonde<sup>1</sup>, è cresciuto da parte degli studiosi e delle istituzioni deputate alla cura del patrimonio artistico l'interesse per ciò che i *social media* rappresentano, ovvero la possibilità di trasformare la comunicazione *standard* e verticale in condivisione di significati attraverso lo scambio orizzontale di contenuti e di informazioni e, di conseguenza, una partecipazione più attiva e autentica<sup>2</sup>.

A distanza di una decina di anni dalla nascita dei *social media* i musei italiani, seppur in ritardo rispetto soprattutto a quelli anglosassoni, utilizzano i suddetti strumenti di comunicazione per delineare nuovi scenari di fruizione e interazioni, in cui l'elemento cruciale è la centralità del pubblico.

La democratizzazione culturale, favorita dalla Rete, ha generato grandi quantità di dati sotto forma di opinioni, giudizi e suggerimenti che costituiscono una risorsa importante di informazioni. Alec Ross, il volto simbolico della rivoluzione digitale di questi ultimi anni, in occasione di un intervento in Italia sull'impiego delle nuove tecnologie, ha individuato dieci punti strategici che potrebbero rilanciare la crescita del paese e tra questi ha menzionato proprio i *big data*<sup>3</sup>. Al di là dei grandi progetti futuri tornando al contesto museale, questi dati generati in rete possono essere di grande aiuto per co-

\* Università degli Studi della Tuscia, Viterbo; Institute for Advanced Studies, Lucca. Questo contributo è scritto da p. 303 a p. 305 da C. Stefania, da p. 306 a p. 307 da M. Coletto.

1. Sono numerose le iniziative rivolte al rapporto tra beni culturali e nuove tecnologie a cui negli ultimi anni il Ministero per i Beni e per le Attività Culturali e del Turismo ha dato il suo patrocinio; si pensi ad esempio alla rassegna LuBec promossa dalla Fondazione PROMO PA che, dal 2005, ogni anno fa il punto sul rapporto tra beni culturali, turismo e nuove tecnologie.

2. M. Castells, *Communication power. Communication in the digital age*, Oxford 2009, pp. 54-57.

3. Cfr. <http://www.medioera.it/project/alec-ross/>. Col termine *Big data* si intende un insieme di dati molto grande che non è possibile processare con sistemi tradizionali ma con quelli informatizzati.



noscere un segmento di pubblico che aderisce all'offerta 'social' dei musei. È possibile gestire questi dati (e 'monetizzarli', come si direbbe in un contesto economico), al fine di ricavarne risorse utili per la pianificazione delle attività museali, tramite tecniche di *Sentiment Analysis*, che consentono di analizzare in modo semi-automatico i dati testuali estrapolati dalla Rete, e cioè di monitorare l'umore di chi scrive sui *social media*, cercando di estrarne un significato operativo<sup>4</sup>.

In questa sede si illustra molto sinteticamente un progetto *in itinere* che propone un approccio *bottom-up* per la conoscenza del pubblico *social* dei musei con l'obiettivo di analizzare le informazioni prodotte dagli utenti con una logica innovativa e invertita, cioè dal basso verso l'alto<sup>5</sup>. Il progetto consiste nell'applicazione di tecniche di *opinion mining* e tecniche netnografiche entrambe facenti parti della *Sentiment Analysis*. La prima ha il compito di classificare la polarità di un messaggio (positivo, negativo, neutro) veicolato tramite i *social networks* e la numerosità e la qualità che i destinatari dei messaggi attribuiscono allo stesso; la seconda serve a disegnare i contorni di una mappa intorno all'elemento che si vuole studiare per conoscerne i nodi centrali, quelli periferici e la natura del legame esistente.

Sono stati individuati alcuni musei di arte contemporanea italiani scelti per un miglior approccio ai *social media*, per un buon rapporto visitatori-fruitori web, e in base ad una uniforme distribuzione sul territorio (figg. 1-2). Ci sarà inoltre un *focus* su tre musei internazionali, sempre di arte contemporanea, con la finalità di ampliare la ricerca confrontandone le diverse realtà. Le risorse utilizzate sono *Twitter* e *Facebook* perché sono i social network più popolari sia tra gli utenti della rete che tra i musei italiani, e *Tripadvisor* perché è un sito di recensioni. L'obiettivo del progetto è quindi quello di studiare l'andamento temporale delle opinioni degli utenti in merito ai musei monitorati, comprenderne le rappresentazioni identitarie,

4. A. Ceron, L. Curini, S.M. Iacus, *Social Media e Sentiment Analysis. L'evoluzione dei fenomeni sociali attraverso la Rete*, Milano 2014

5. Il progetto sarà sviluppato da chi scrive nell'ambito del Dottorato di ricerca in *Memoria e materia dell'opera d'arte attraverso i processi di produzione, storicizzazione, conservazione e musealizzazione* (XXVIII ciclo) dell'Università degli Studi della Tuscia di Viterbo. Tutor: prof.ssa Elisabetta Cristallini. Collabora ad esso il laboratorio HPC (High Performance Computing) dell'Istituto ISTI del Centro Nazionale delle Ricerche di Pisa, ed in particolare Claudio Lucchese e Mauro Coletto.



Fig. 1. Roma, MAXXI, Museo nazionale delle arti del XXI secolo



Fig. 2. New York, MoMA, Museum of Modern Art.

misurarne quantitativamente e qualitativamente la percezione del *brand* museo, evidenziando le loro aspettative e criticità.

Negli ultimi anni l'approccio *data-driven* si è ritagliato una porzione importante di letteratura, conducendo a risultati significativi. Questo approccio vede i dati come *input* al processo di analisi e non solo come mezzo di verifica di modelli e ipotesi assunte precedentemente. I dati diventano loro stessi una risorsa (*new oil*) per la generazione di teorie e modelli capaci di spiegarne la struttura e le caratteristiche, nonché permettono, attraverso tecniche di *data mining*, di portare alla luce correlazioni impreviste tra le variabili e comportamenti emergenti.

La disponibilità massiva di dati, resa disponibile nel web, ha permesso di sfruttare tecniche di *machine learning* e di intelligenza artificiale per processare in maniera automatica le informazioni contenute in essi, rendendo possibile la creazione di modelli predittivi e analisi sofisticate dalle quali è possibile dedurre teorie e principi validi su più larga scala.

I *social networks* permettono di ottenere in maniera piuttosto semplice grandi quantità di dati relativi a opinioni e commenti degli utenti e da questi è possibile sviluppare analisi manuali ed automatiche per estrarre preziose informazioni circa la reputazione, la valutazione, le opinioni, i consigli, le critiche riguardanti i musei. Abbiamo quindi sviluppato un software *ad hoc* in grado di chiamare le API (interfacce di programmazione dell'applicazione) di Facebook e salvare i dati in risposta in un *database* in modo da poter interrogare i dati quando serve in maniera semplice e veloce. Lo *script* è stato sviluppato in R<sup>6</sup> (un software di elaborazione statistica), utilizzando il pacchetto RFacebook<sup>7</sup>, che integra in maniera automatica le chiamate alle API di Facebook nell'ambiente R<sup>8</sup> (fig. 3).

Attraverso lo *script* sviluppato in R è possibile scaricare dato l'*id* di una pagina pubblica le informazioni riguardanti i post, i commenti e i *like*. Vengono quindi collezionati i testi e le informazioni collaterali (data, autore, *link*, etc.). A partire da queste informazioni è possibile ripercorrere inte-

6. <http://www.r-project.org/>.

7. <http://cran.r-project.org/web/packages/Rfacebook/index.html>.

8. Per poter utilizzare le API di Facebook occorre creare un utente *developer* e assegnarci un *token*. Questo *token* permette di scaricare dati da Facebook attraverso le API e di essere verificati da Facebook, che monitora ed eventualmente blocca comportamenti anomali.

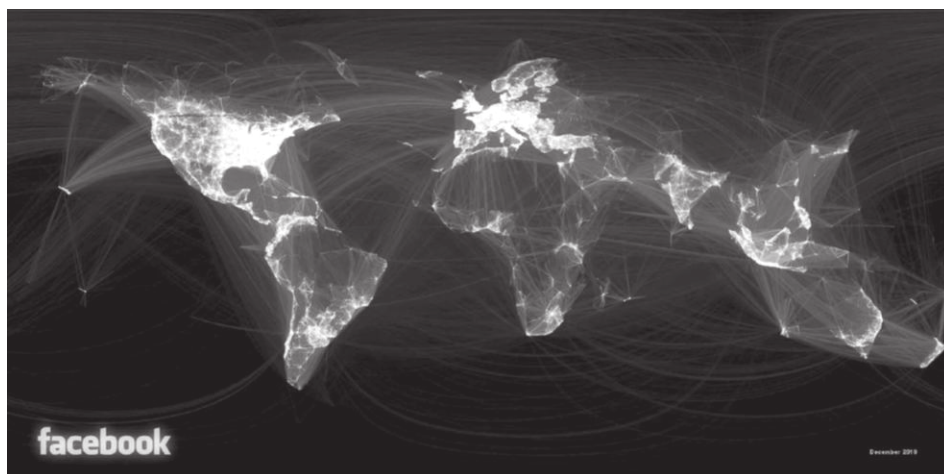


Fig. 3. Analisi delle amicizie in Facebook rappresentate dai ricercatori in una mappa attraverso R e pacchetti grafici, settembre 2011

ramente le conversazioni, andando ad analizzare i testi nello specifico. Le informazioni vengono salvate in maniera strutturata in un *database* (nel nostro caso abbiamo utilizzato MySQL). Semplici analisi statistiche già permettono di ottenere delle informazioni utili, ma la sfida più importante riguarda la classificazione dei contenuti delle interazioni, analizzando argomenti ed opinioni (*topic selection e sentiment analysis*) degli utenti, per poter estrarre *insight* importanti sulla percezione degli utenti, per esempio nella fruizione dei musei come nel progetto in corso.



## *Referenze fotografiche*

### **Archivio fotografico del Museo Tattile Statale Omero, Ancona:**

p. 256, fig. 1; p. 259, fig. 2; p. 261, fig. 3.

### **Archivio fotografico del Museo H.C. Andersen, Roma:**

p. 77, figg. 1-2; p. 79, fig. 4; p. 125, figg. 1-2.

### **Archivio storico del Museo H.C. Andersen, Roma:**

p. 50, fig. 1.

### **Gaetano Alfano, Roma:**

p. 36, fig. 7; pp. 41-48, tavv. 1-13; pp. 57-72, tavv.14-35; p. 77, figg.1-2; p. 79, fig. 3; p. 83, fig. 52; p. 104, fig. 1; p. 131, figg. 1-3; p. 137, fig. 1; pp. 153-160, tavv. 36-48; p. 185, figg. 1-2; p. 209, fig. 4; p. 211, fig. 5; p. 216, figg. 1-2; p. 217, figg. 3-4; p. 218, fig. 5; pp. 233-248, tavv. 49-73.

### **Sara Leone, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale:**

p. 31, figg. 3-4; p. 33, fig. 3; p. 197, figg. 4-5.

### **Lorenzo Mattone, Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale:**

p. 29, figg. 1-2; p. 33, fig. 4; p. 86, figg. 6-7; p. 88, figg. 8-9; p. 93, fig. 10; p. 163, fig. 1; p. 171, fig. 4; p. 175, figg. 1-2.

Le foto di pp. 116 (figg. 1-2), 118 (fig. 3), 141 (fig. 1), 144 (fig. 2), 145 (fig. 3), 165 (fig. 2), 171 (fig. 3), 191 (figg. 1-2), 195 (figg. 1-2), 196 (fig. 3), 203 (fig. 1), 207 (figg. 2-3), 225 (fig. 1), 228 (figg. 2-3), 229 (figg. 4-5), 251 (figg. 1-2), 264 (fig. 1), 266 (fig. 2), 269 (figg. 1-2), 273 (fig. 1), 274 (fig. 2), 277 (fig. 1), 282 (fig. 1), 284 (fig. 1), 286 (fig. 2), 287 (fig. 3), 291 (figg. 1-2), 294 (fig. 1), 295 (fig. 2), 297 (fig. 3), 301 (figg. 1-2), 305 (figg.1-2), 307 (fig. 3) sono state fornite dall'Autore del contributo.

STAMPATO IN ITALIA  
nel mese di maggio 2015  
da Rubbettino print  
88049 Soveria Mannelli (Catanzaro)





