

**Rivista "IBC" XIII, 2005, 2***musei e beni culturali / convegni e seminari, didattica, pubblicazioni*

Cambiano i modi e gli approcci per proporre ai visitatori oggetti d'arte e collezioni: la narrazione diviene più importante e il pubblico gradisce trovarsi all'interno di una storia ma anche provare a scriverne una.

**Il museo racconta**

Valeria Cicala  
[IBC]

"Raccontare" questo è il verbo che attualmente meglio si coniuga con il sostantivo museo. Negli anni recenti la dimensione orale della visita al museo, del percorso non solo visivo, bensì fortemente corroborato dalla parola, in una dimensione anche letteraria, si è assai radicata in molti paesi e risulta evidente come nuove tecnologie e realtà virtuale non possano prescindere da una prospettiva affabulatoria, da una alfabetizzazione emotiva.

Un convegno internazionale, tenutosi a Torino lo scorso febbraio, si è focalizzato sul tema "Raccontare i musei. Pedagogie innovative per rafforzare le competenze degli operatori". Lo hanno organizzato la Regione Piemonte, la Fondazione Fitzcarraldo e HoldenArt nel quadro del progetto europeo "Leonardo da Vinci", con l'intento di offrire agli operatori culturali italiani e a quelli provenienti da molti altri stati europei un'occasione di confronto e di approfondimento sulle metodologie di lavoro, sul rinnovamento dei linguaggi e della formazione professionale.

L'esito è stato molto stimolante proprio per il respiro che ha dato ai temi della comunicazione, come pure per la diversità di esperienze proposte dai relatori. Composite sono le differenti tipologie di materiali e di documentazione per i quali ciascuno dei curatori ha realizzato progetti sempre finalizzati a comporre dinamiche di visita e di apprendimento al cui interno il pubblico possa meglio riconoscere, anche criticamente, non solo il singolo oggetto, ma percepire la dimensione spazio-temporale da cui proviene. Un dato è emerso, sia dalle relazioni delle sessioni plenarie, sia dai quattro workshop che hanno animato l'ultima parte dei lavori: l'importanza della narrazione. È questa che riesce a ricreare un contesto, mettendo in grado il visitatore di collegare e di ricondurre alla realtà e all'autenticità un'esperienza. Il racconto attiva la fantasia, la curiosità, l'esigenza di conoscenze ulteriori.

Come spesso ha sottolineato Peppino Ortoleva nelle sue ricerche, i percorsi di vita dei beni culturali sono cambiati ed è cambiato il loro pubblico.<sup>1</sup> Il visitatore si è evoluto dando vita a più tipologie non riconducibili solo a fasce di età; ognuna ha un proprio modo d'interagire con l'oggetto, quell'oggetto che, ribadisce Francesco Antinucci (relatore del convegno torinese e autore del volume *Comunicare nel museo*),<sup>2</sup> ha una sua intrinseca "carica" comunicativa; ne consegue che la persona chiamata a svolgere una funzione di educatore o di guida dovrebbe, con linguaggio commisurato al tipo di visitatore al quale si rivolge, ricreare la "comunicazione interrotta". Ricominciare là dove il tempo di ogni opera, manufatto, documento si è fermato. Raccontare, appunto, e lasciare che riaffiori il "pregresso" di ciò che si mostra, il paesaggio a cui apparteneva. Offrire una drammatizzazione degli oggetti.

Dietro al convegno si muove un progetto fortemente voluto dall'Assessorato regionale alla cultura della Regione Piemonte, che ricerca un ruolo più trasversale e più dinamico per le sue istituzioni museali e questo ben si evince anche dalla scelta dei partner: la Fondazione Fitzcarraldo, che opera nel settore della formazione degli operatori della cultura, e HoldenArt, generata dalla scuola di scrittura Holden, che organizza corsi nei quali si insegna alle guide a trasformare le informazioni su un oggetto o un monumento in un racconto e ad acquisire le tecniche di narrazione per presentarlo al pubblico; la prima esperienza in questa prospettiva è stata avviata al castello di Racconigi con grande successo, da allora la HoldenArt ha realizzato anche fuori dal Piemonte corsi analoghi.

Le proposte di narrazione, di vera e propria lettura, scrive Cinzia Dal Maso sulle pagine di "Repubblica",<sup>3</sup> sono sempre più frequenti e se in Italia si sono affermate negli ultimi anni, in giro per il mondo ci sono molteplici esempi; bisogna anche rilevare che il museo "a misura di bambino", i percorsi pensati per gli adolescenti, costituiscono il settore nel quale maggiormente si investe e in cui, anche nel nostro paese, nonostante la carenza cronica di fondi e risorse, scuole e musei, lavorando spesso insieme, hanno prodotto percorsi innovativi di notevole qualità.

Indubbiamente Torino ha una radicata vocazione alla comunicazione e al gusto della narrazione: dalla tradizione editoriale a quella radiotelevisiva, dalla fiera del libro al museo del cinema; la cifra del racconto le appartiene. Alcune caratteristiche analoghe si possono ben attribuire, con andamento più diffuso, anche all'Emilia-Romagna, accomunata al Piemonte dallo scorrere di quel Po che di storie ne ha raccontate tante. Per quanto riguarda le nove province emiliano-romagnole, con oltre 400 musei sparsi in 145 comuni, queste si sono sempre segnalate nell'ambito qui considerato per una forte attenzione al tessuto narrativo, agli episodi storici che potessero aiutare a meglio inquadrare fenomeni artistici e collezioni, nel realizzare i percorsi didattici e divulgativi.

Nella produzione di progetti e di materiali si rintraccia una proposta di volta in volta mirata all'età del pubblico e alle diverse esigenze ludico-conoscitive. Si evidenziano qualità, metodo ed originalità. È sufficiente visitare i siti dei singoli musei o delle province per cogliere la vivacità delle proposte; un buon punto di partenza per navigare tra i musei della regione può essere la banca dati a questi dedicata sul sito dell'Istituto per i beni culturali [www.ibc.regione.emilia-romagna.it/h3/h3.exe/amuseier](http://www.ibc.regione.emilia-romagna.it/h3/h3.exe/amuseier). L'IBC, coinvolto in diversi progetti europei e chiamato a operare con precise competenze sulla rete museale della regione (si veda la legge regionale 18/2000) ha realizzato

anche diverse pubblicazioni sulle esperienze educative nei musei e sul pubblico che li frequenta.<sup>4</sup>

Proprio da un'insita vocazione alla valorizzazione museale e rileggendo un'inquietante affermazione di Walter Benjamin che in *Angelus Novus* scriveva "Capita sempre più di rado d'incontrare persone che sappiano raccontare qualcosa come si deve: e l'imbarazzo si diffonde sempre più spesso quando, in una compagnia, c'è chi esprime il desiderio di sentire raccontare una storia. È come se fossimo privati di una facoltà che sembrava inalienabile, la più certa e sicura di tutte: la capacità di scambiare esperienze", alla fine del 2004 l'IBC ha dato vita a un concorso in cui i visitatori del museo sono invitati a scrivere un racconto, proprio muovendo dallo spazio museale e dai suoi oggetti. Titolo: "6000 caratteri per un museo. Luoghi d'incontro e nuove narrazioni nei musei dell'Emilia-Romagna"; il progetto è stato realizzato in collaborazione con l'Ufficio scolastico regionale - direzione generale e con l'Associazione cooperative di consumatori del distretto Adriatico. Un'iniziativa per riscoprire e diffondere la ricchezza del patrimonio della regione e per raccontarlo in modo nuovo e molto libero attraverso la sensibilità delle persone più diverse per età, vocazioni e interessi, stimolando la creatività e una eventuale inclinazione alla scrittura non ancora sperimentata.

Il concorso, ormai in avanzata fase di svolgimento, non è rivolto solo ai ragazzi delle scuole secondarie di primo e di secondo grado, ma è aperto a tutti, proprio perché consapevoli delle potenzialità spesso sopite di questi spazi, terreno ideale non solo di crescita culturale, ma anche di aggregazione umana. L'idea è proprio quella di fare del visitatore, che di solito ascolta ciò che altri gli raccontano, l'autore di una storia che sia frutto delle emozioni, delle sensazioni che quel luogo con i suoi oggetti ha suscitato. Un'occasione di integrazione culturale, di richiamo all'identità e alla memoria dei luoghi, un'opportunità in più di scoprire ciò che ci circonda e farne punto di partenza per altre esperienze.

La presenza in questa iniziativa dell'Ufficio scolastico regionale ribadisce una collaborazione già sperimentata nei percorsi della scuola e dei beni culturali, che spesso si incontrano, mentre la partecipazione dell'Associazione cooperative di consumatori del distretto Adriatico si motiva con una precisa volontà di diffondere la conoscenza dei luoghi di cultura anche attraverso contatti con organismi che accolgono realtà sociali trasversali. L'Associazione, del resto, svolge già da tempo una propria attività finalizzata a offrire ai clienti e ai soci opportunità incentrate sull'area culturale favorendo quella indispensabile contaminazione quotidiana di storie, di tradizioni, di gusti, insomma di persone. Sono queste le protagoniste del nostro tempo e a loro chiediamo di regalarci un racconto con leggerezza e con fantasia, per il piacere di comunicare.

#### Note

(1) Su questo argomento si veda: P. Ortoleva, *I percorsi dei beni culturali: un nuovo modello?* in *Per qualche riga in più. Quando le istituzioni comunicano i beni culturali*, a cura di V. Cicala, V. Ferorelli, S. Suprani, "IBC", XII, 2004, 4, pp. 74-80.

(2) F. Antinucci, *Comunicare nel museo*, Bari-Roma, Laterza, 2004.

(3) C. Dal Maso, *Musei, la guida è un cantastorie. Una fiaba per raccontare l'arte*, "la Repubblica", 26 gennaio 2005.

(4) Tra i titoli più recenti: M. Sani, A. Trombini, *La qualità nella pratica educativa al museo*, Bologna, IBC - Editrice Compositori, 2003; *Musei e lifelong learning. Esperienze educative rivolte agli adulti nei musei europei*, a cura di M. Sani, Bologna, IBC, 2004; A. Bollo, *Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*, Bologna, IBC, 2004.