



Nuove Pratiche Fest III edizione

Musei come il miele

Report finale

PALERMO 14 | 15 | 16 MARZO 2017
Ecomuseo Mare Memoria Viva e
GAM Galleria d'Arte Moderna di Palermo

INDICE

Il miele	3
Prefazione	4
Il miele	8
Anche i musei muoiono	11
Nuove Pratiche Fest - I temi chiave	15
I workshop	17
L'accessibilità al museo.	
Un sistema complesso di prospettive sovrapposte	18
La sfida culturale dell'Audience Development	21
Percorsi didattici alla Gam per un museo "ecosistema della conoscenza"	24
A cosa serve un Museo Vuoto nel Parco del Cilento?	29
Raccontare il teatro massimo	35
Bastano due P per fare cultura?	39
Nuove idee e nuovi metodi per nuove pratiche	41
L'offerta museale nel quadro della valorizzazione integrata dei territori	50
Appunti per un nuovo welfare culturale	56
Cultura, comunità, partecipazione: ribaltare il paradigma per costruire futuro	61
(Non) conclusione	66
2. L'alveare	
interviste dei partecipanti ai circle talk	69
Teatri di Bari	70
BAM! Strategie Culturali	72
MUSE, il Museo delle Scienze di Trento	74
Tuomuseo	76
Manifesta	77
Biblioteca Civica di Verbania	78
Servizi educativi Fondazione PInAC	80
U'Game	82
Izi Travel	84
Progettazione crossmediale	86
Magazzino dei Venti-il Piccolo Museo della Bora	88
3. Bonus track	
Selezione di immagini del progetto Incompiuto Siciliano	91





IL MIELE

PREFAZIONE

I musei sono tra le prime cose che cerchiamo sulla mappa quando vogliamo orientarci alla scoperta di una città o di un territorio, conoscere la sua identità e la sua memoria, sapere quali sono le cose che stanno a cuore agli abitanti del posto e prenderci una pausa per registrare le tensioni che attraversano una comunità o le sue vocazioni. Sono luoghi in cui ci aspettiamo di trovare sorprese stimolanti, ma dove ci piace anche riprendere le nostre consuetudini oppure anche costruire nuove abitudini.

Nati come luoghi della conservazione, organi istituzionali della storia monumentale, molti musei italiani non hanno più nulla di quell'aura polverosa. Piccoli o grandi, indipendenti o pubblici, situati in nodi strategici o in luoghi eccentrici, sono oggi un fattore chiave della complessità di uno spazio culturale decentrato e diffuso. Nella loro diversità, sono luoghi dell'intelligenza collettiva e creativa, delle comunità operose e collaborative, dell'attenzione e della cura, della memoria viva e dell'innovazione.

È il miele dei musei.

Com'è naturale, una simile transizione non è avvenuta senza elementi controversi. Se è vero, per un verso, che molto si è fatto in direzione del coinvolgimento di nuovi pubblici per sottrarre i musei al loro isolamento elitario – insieme, per esempio, alle biblioteche, fino a pochi anni fa i musei erano considerati estranei e inaccessibili da molte categorie “deboli” (socialmente, culturalmente, economicamente) di visitatori – per altro verso non si possono ignorare i casi in cui l'apertura si è tradotta in massificazione e nell'introduzione di logiche mercantili. Certo, sono criticità che i musei condividono con altri spazi e altre forme culturali. Quel che però in questo caso le rende particolarmente acute è proprio la specificità del museo come luogo in cui una comunità definisce termini e canoni della rappresentazione di sé, dove letteralmente e concretamente li espone e li condivide.

Sono queste le potenzialità e le conflittualità che hanno dato motivo e alimento ai lavori della terza edizione del Nuove Pratiche Fest, per la prima volta dedicata a un tema specifico, e che attraversano questi contributi.

Nel testo che apre la raccolta, Massimiliano Zane, consulente strategico per lo sviluppo e la valorizzazione del patrimonio museale e culturale, ripercorre le principali linee tematiche seguite dal dibattito, mettendo l'accento sulle figure della "coesione" e dell'"aggregazione" che oggi caratterizzano gli orientamenti progettuali più innovativi in ambito museale.

I primi interventi offrono un orientamento al contempo pragmatico e critico in merito a due temi nevralgici che durante la manifestazione sono stati oggetto di due distinti workshop: accessibilità e audience development. Maria Chiara Ciaccheri, consulente museale, facilitatrice e formatrice, fondatrice di Musei senza barriere, ridefinisce i parametri e le politiche dell'accessibilità restituendo un quadro ben più complesso di quello riferito alle barriere architettoniche, mettendo in luce come si tratti di una questione di democrazia culturale. Alessandra Gariboldi, ricercatrice e progettista della Fondazione Fitzcarraldo, si interroga sulle criticità dell'audience development, le cui politiche si associano non senza tensioni ora all'ampliamento della partecipazione culturale ora a quello dei mercati culturali, e rileva come il lavoro sui pubblici non può essere efficace e durevole senza una trasformazione strutturale delle istituzioni che vogliono perseguirlo.

Una visione politica dell'azione culturale colora la testimonianza delle pratiche di progettazione e gestione di quattro spazi. Gabriella Sciortino, coordinatrice dello staff educativo di Civita alla Galleria d'Arte Moderna di Palermo si sofferma su diversi interventi di "*welfare culturale*" attuati dalla GAM, partner di questa edizione di Nuove Pratiche Fest, insistendo sul ruolo sociale dell'azione culturale del museo nel territorio urbano di Palermo. Pasquale Napolitano, progettista e operatore culturale, inquadra l'attività del Museo Ugo Marano in un contesto come quello del Parco del Cilento, dove il ruolo di questo spazio culturale investe al contempo in forme inedite la dimensione urbana, quella rurale e quella naturalistica. Attraverso il racconto di quattro progetti innovativi e per certi aspetti anomali rispetto alla tradizione dei teatri d'opera italiani, Francesco Giambrone, sovrintendente del Teatro

Massimo di Palermo articola la concezione strategica della gestione degli spazi culturali come spazi pubblici, sottratta al paradigma economicistico e orientata all'aggregazione e all'inclusione sociale. Andrea Bartoli riflette infine su potenzialità e limiti di partecipazione e pianificazione nella visione strategica che orienta l'attività di Farm Cultural Park a Favara.

Partecipazione e pianificazione sono ugualmente due dei numerosi temi affrontati da Giovanna Barni, presidente di CoopCulture, in un ampio intervento che a partire dai criteri guida del Rapporto di Sostenibilità annuale che monitora insiste sulla centralità dell'accountability, ovvero della misurazione dell'utilità pubblica dei progetti culturali, e indica la necessità di sviluppare un sistema cultura "plurale" regolato da rapporti di sussidiarietà/partenariato tra i diversi soggetti coinvolti e basato su un modello di governance collaborativo. A sua volta, Claudio Bocci, direttore di Federculture, articola l'idea di una pianificazione strategica a base culturale sottolineando l'importanza di sviluppare politiche e modelli innovativi di gestione, valorizzazione e promozione dei beni e delle attività culturali, basati sull'azione integrata di diversi livelli istituzionali e del privato sociale. Su alcune criticità del sistema cultura si sofferma infine Francesco Mannino, fondatore di Officine Culturali e responsabile della gestione e valorizzazione dell'ex Monastero dei Benedettini di Catania, che passa criticamente in rassegna le conclusioni di alcuni rapporti recenti sullo stato dell'accesso alla cultura e della produzione culturale richiamandosi all'urgenza del problema della povertà educativa e sviluppando l'idea di un "*welfare culturale*". Così la riflessione di Ilda Curti, ricercatrice e progettista, già assessore della Giunta comunale di Torino, propone una definizione di intervento culturale come cura delle fratture sociali, a partire da una ridefinizione dell'idea convenuta, riduttiva quando non esplicitamente conservatrice, delle istituzioni culturali e delle loro comunità di riferimento.

Chiude la sezione degli interventi la riflessione di Emmanuele Curti sugli spazi culturali come teatro di una costruzione collettiva del sapere, e più in particolare sui musei come come luogo per imparare a coniugare sguardo e fisicità del pensiero.

La sezione *L'alveare* raccoglie le interviste ai portavoce di alcune esperienze rappresentative per la loro portata innovativa nel campo delle pratiche museali. Con la loro diversità offrono uno spaccato

della qualità e dell'intensità presenza diffusa dei musei e degli spazi culturali sul territorio: Annamaria Giannone (Rete Teatri di Bari), Elena Bertelli (BAM! Strategie Culturali), Samuela Caliarì (MUSE), Fabio Viola (Tuomuseo), Yana Kilchuk (Dipartimento Educazione di Manifesta 12), Andrea Cassina (Biblioteca Civica di Verbania), Massimiliano Vitali (Fondazione PInAC), Davide Leone (U'Game), Elisa Bonacini (Izi Travel), Ornella Costanzo, Rino Lombardi (Museo della bora).

Bonus track del volume le fotografie del progetto Incompiuto Siciliano – qui pubblicate in anteprima per gentile concessione degli autori – organizzazione no-profit fondata da Alterazioni Video che documenta lo sviluppo dell'“incompiuto” come stile architettonico e – vorremmo chiosare – ne rivela la portata politica come costante culturale del nostro territorio. È su questo sfondo che si staglia e risplende l'operosità dei musei.

Andrea Libero Carbone

Cristina Alga

IL MIELE

(...)
*C'è il ventaglio – e i rossori?
C'è la spada – dov'è l'ira?
E il liuto, non un suono all'imbrunire.
In mancanza di eternità hanno ammassato
diecimila cose vecchie.
Un custode ammuffito dorme beato
con i baffi chini sulla vetrina.*
(...)
*Quanto a me, credete, sono viva.
La gara col vestito non si arresta.
E lui quanta tenacia mi dimostra!
Vorrebbe viver più della mia vita!*

Wisława Szymborska, 1962

Nella prefazione al libro *La cultura in trasformazione* la cui presentazione ha aperto il Nuove Pratiche Fest 2017, i fondatori di cheFare Bertram Niessen e Marco Liberatore scrivono: «Intendiamo la cultura come fatto sociale, come atto relazionale e come pratica collaborativa. Queste tre dimensioni, al tempo stesso descrittive e programmatiche sono strettamente collegate. La cultura è un fatto sociale, istituito sempre da pratiche collaborative, che quindi accade necessariamente come atto relazionale. Senza relazione non c'è cultura e non c'è creazione dello spazio sociale».

Proviamo a sostituire al termine generico “la cultura” con una sineddoche: “il museo”.

Il museo come fatto sociale, come atto relazionale e come pratica collaborativa.

Per quanto visionaria possa apparire oggi l'argomentazione, è a partire da una visione di ciò che vorremmo essere che si costruisce un presente diverso. Il momento ci è sembrato quello giusto per



immaginare e discutere di un museo “alveare”, dove l'alveare e il sistema di vita che ospita rappresenta la proposta di un modello operoso e collaborativo, ma anche produttivo.

La danza, la regina, le operaie, tutto serve a fare il miele e questa è una parte importante della metafora perché ci ricorda che anche il museo deve porsi il tema della produzione culturale, dei contenuti, del creare opportunità per gli artisti e per la ricerca oltre che per i fruitori. L'alveare è interessante se è metafora tanto dal lato della domanda che dell'offerta, anzi ancora di più se i confini tra domanda e offerta divengono, come oggi, sempre più sfumati.

Quando abbiamo aperto con Clac, tre anni fa, l'Ecomuseo Mare Memoria Viva che oggi ha ospitato il festival, abbiamo scelto il termine ecomuseo perché quello di museo stava stretto al progetto di narrazione partecipata collettiva mentre l'ecomuseo con quell'idea di patto di comunità, di narrazione al posto di collezione, di apertura al territorio e missione sociale era quello che meglio si addiceva al nostro progetto.

Oggi mi pare che il dibattito sul cambiamento del ruolo sociale dei musei vada molto in quella direzione e che si mettano in discussione diverse dicotomie obsolete nella ricerca di nuovi equilibri (o equilibrismi).

Staticità vs Dinamicità

La sfida di trovare il giusto tempo, la giusta velocità o la giusta lentezza ma essere in movimento. Il museo non può più certo essere statico: deve trovare il modo di stare con il proprio ritmo nel tempo del cambiamento.

Semplicità vs Complessità

Avvicinare i pubblici non significa dare risposte semplici ma forse al contrario stimolare domande difficili e pensiero critico. Si può e si deve giocare senza prendersi gioco della complessità che la realtà ci consegna.

Chiusura vs Apertura

Abbatte le barriere, fisiche, sociali, cognitive, è una necessità e una scelta etica a mio giudizio insindacabile, ma per evitare le derive è bene essere consapevoli dei rischi di trasformare la partecipazione in una retorica finalizzata al conteggio dei numeri, quando le metriche necessarie sono invece ben più variegata e includono diversi aspetti della vita in comune.

Passività vs Attività

La differenza non è semplicemente tra spettatore e attore. Lo sguardo può essere un esercizio attivo tanto quanto interagire con un exhibit può essere un automatismo. Il punto qui è stabilire modi, tempi e strumenti dell'attivazione cognitiva, emotiva, relazionale.

Solitario vs collettivo

Ripensare il museo come luogo di esperienze condivise senza che ciò voglia dire rinnegare le forme di esperienza contemplativa. Condivisione non significa minore attenzione, anzi, deve significare cura delle interazioni.

Sono questioni aperte, frutto di un dibattito recente che si basa su esperienze in corso, ricerche sul campo, esperimenti che andranno sempre di più messi in connessione affinché ognuno, ogni museo in ogni territorio, trovi la sua direzione.

Quello della relazione rimane su tutti questi piani un tema chiave, con una doppia accezione di museo "relazionale": museo che si mette in relazione con il contesto sociale (locale ma anche globale) e museo che si fa attivatore e/o contenitore di interazioni (spazio civico).

Dal festival mi sembra siano emersi segnali importanti, sia nel mondo degli indipendenti che in quello più istituzionale e accademico, che vanno tutti nella direzione di ripensare al museo del futuro come un soggetto partecipativo, operoso, collaborativo. Un laboratorio di nuove pratiche di narrazione e comprensione di sé e del mondo, di costruzione collettiva di senso, di progettazione educativa in cui condividere relazioni e domande aperte. Il museo può essere un luogo dove una comunità può produrre il suo nutrimento. Il posto del miele.

Antonella Purpura

ANCHE I MUSEI MUOIONO

Sembra impossibile, invece può avvenire. Nati nel primo Settecento, come tutte le creazioni culturali non sono immortali. La tutela cresce nei Paesi emergenti in cui il patrimonio ha valore identitario, decresce in altri dove conta soltanto per quello economico, come vanto o come svago. Stiamo dimenticando la funzione istitutiva dei musei. Perciò potrebbero perire.

Settis, *Giornale dell'Arte*, 17 agosto 2014

Quale è oggi il ruolo del museo e più in generale quello dei Beni Culturali, quale significato attribuire al complesso delle testimonianze del passato ed ai segni della creatività contemporanea e del pensiero, quale la loro funzione ed il ruolo che ricoprono all'interno delle organizzazioni sociali e del sistema paese.

Domande alle quali si è cercato in questi anni di attribuire risposte, valutando da parte di intellettuali e politici la posizione dei Beni Culturali, di volta in volta, all'interno del sistema economico, di quello turistico, del welfare e dell'intrattenimento, delle politiche sociali o di gestione del tempo libero.

L'esistenza dei patrimoni culturali è stata, quindi, correlata al significato finanziario ed alla quantità di ricchezza materiale che ne potrebbe derivare dall'uso, ma quasi mai i Beni Culturali sono stati considerati come valore in sé a prescindere dall'incremento economico che possono contribuire a generare.

Quale valore attribuiamo oggi alla cultura? Consideriamo i BBCC come elemento fondante del nostro vivere?

Rappresentano un sistema di valori fondamentale e imprescindibile o sono una sovrastruttura, un abbellimento delle cose o della nostra esperienza quotidiana, qualcosa che resta in superficie o la sostanza profonda del nostro vivere e delle nostre azioni?

Se così fosse, parafrasando Settis, i Musei potrebbero perire.

Scrive Zagrebelsky “La società non è la somma di rapporti bilaterali concreti, tra persone che si conoscono reciprocamente. E’ un insieme di rapporti astratti di persone che si riconoscono come appartenenti ad una cerchia umana, senza che gli uni nemmeno sappiano chi sono gli altri. Come può esserci vita comune, cioè società, tra perfetti sconosciuti ? Qui entra in gioco la cultura.”

I Beni Culturali si identificano con il significato di eccellenza, innovazione , creatività ed in questo senso hanno un valore in sé assoluto e sono il presupposto necessario per qualunque ipotesi di sviluppo e per l’esistenza stessa dell’individuo e la presenza stessa di qualsiasi compagine sociale.

Nell’attuale dibattito si tende a spostare il significato dei BBCC e dei Musei, che ne sono il necessario corollario, su un piano utilitaristico, nel tentativo di individuarne una funzione e in buona sostanza confondendo il fine con il mezzo o in alcuni casi i risultati. Il punto non è quanto il museo e i BBCC costino, se possano incidere sullo sviluppo, costituire per il paese una nuova, inesauribile risorsa, se contribuiscano al welfare – questi sono caso mai gli effetti o le conseguenze- ma piuttosto individuare la ragione fondante della loro esistenza.

Si continua invece, a ragionare in termini di Cultura come fattore esterno ed a valutarne gli effetti in termini di audience, numero dei visitatori senza tenere conto del suo significato reale e dei valori identitari di cui i Beni Culturali sono portatori.

Tutto ciò non vuol dire che si deve smettere di preoccuparsi di quanto costa una stagione lirica o della gestione di un Museo, dei costi delle mostre etc, ma che , forse, si devono considerare questi Beni e il denaro necessario per produrli e mantenerli come un’opportunità.

Negli ultimi anni il museo è stato protagonista di cambiamenti profondi divenendo centrale del dibattito culturale.

Un percorso che ha origini lontane, come suggerisce l’etimo del suo nome che rimanda al tempio delle muse, dee dell’ispirazione e patronesse delle arti. Musei e collezioni sono alla base delle moderne concezioni dei beni culturali, come patrimonio dei popoli e testimonianza di civiltà.

Un sistema multiforme che in Italia ha una estensione declinata in una moltitudine di piccoli, medi e grandi musei su base regionale o cittadina, la cui storia e le cui collezioni affondano le radici nel multiforme panorama dei Beni Culturali italiani che è , forse, il più grande e diffuso del mondo.

Una ricchezza straordinaria per tipologia, varietà e specializzazione delle raccolte, per l'importanza dei Beni custoditi, per la magnificenza monumentale delle sedi espositive e per le testimonianze materiali e immateriali che li caratterizzano. Le collezioni pubbliche sono prima di ogni altro patrimoni spirituali che testimoniano la storia di un paese, la sua memoria visibile tanto preziosa per le nostre civiltà moderne quanto lo erano per quelle antiche gli oggetti di fede.

Costituiscono la nostra identità e la premessa per la nostra affermazione come portatori di un determinato livello di saperi, conoscenze, competenze.

Sul ruolo del museo e sulla sua funzione è in atto da diverso tempo un dibattito volto a definirne gli ambiti e le possibilità ma anche i limiti e le degenerazioni che in alcuni casi si sono determinate.

Per capire il senso delle Istituzioni museali oggi è necessario chiedersi cosa siano e quale siano le loro finalità ed i loro obiettivi.

Oggi le Istituzioni museali hanno una sfera di competenze molto più ampia che prescinde dalle tradizionali funzioni legate alla conservazione e fruizione dei patrimoni culturali. Tali nuove attribuzioni, che possono naturalmente essere diverse in ragione dei differenti contesti di riferimento e della specificità di ciascuna Istituzione, sono conseguenza della mission e dell'identità del museo stesso che divengono i necessari punti di partenza per le successive strategie culturali.

L'economia industriale produceva prodotti che rispondevano ad esigenze e bisogni più o meno individuali. Nell'attuale fase economica post industriale si produce in funzione della creazione di "luoghi espressivi", il prodotto diviene "significante di valori" attraverso i quali l'individuo costituisce il proprio sistema di valori o si riconosce come parte di un sistema di valori condivisi. La materia prima di questi prodotti è materia culturale.

Al centro di questa nuova dinamica economico-culturale si collocano i Musei, luoghi attrattivi, osservatori privilegiati della realtà, moderni pensatoi e territori della creatività.

Luoghi nei quali l'innovazione è in prima istanza un sistema culturale e l'orientamento al pensiero ed al nuovo diviene un sistema di valori condiviso dalla collettività.

Musei che diventano punto di riferimento per la collettività e stimolo per la creazione di una città culturalmente viva, fortemente propositiva, internazionale per vocazione, capace di offrire ai residenti ed ai giovani continue opportunità di esperienze stimolanti, umanamente ed intellettualmente qualificanti.

L'opposto delle cosiddette "città d'arte" oggi luoghi di consumo pseudo culturale da cui derivano vantaggi solo apparentemente positivi, al contrario luoghi di attrazione di talenti, da cui trae benefici il sistema produttivo riconvertito in un sistema basato sulla cultura come valore fondante ed unico.

Un'esperienza non sia limitata ad una ristretta minoranza colta ma divenga fonte di rinnovamento e di acquisizione di saperi e conoscenze per l'intera collettività dei residenti.

Il Museo così concepito come una moderna *agorà* può dare vita, grazie ad una rete di relazione nel territorio alla realizzazione del Distretto Culturale, considerato una forma evoluta e specializzata dei sistemi culturali su base locale.

A differenza del Distretto industriale da cui trae spunto, basato su base verticale tenendo in considerazione prodotti simili, quello culturale sviluppa inaspettate relazioni e integrazioni tra ambiti differenti ed anche apparentemente lontani.

Potrebbe sembrare un'utopia, in realtà è quello, che sia pure confusamente sta accadendo sotto i nostri occhi, dove le comunità competono per attrarre talenti creativi, riconvertire la competitività del sistema produttivo, rendere consapevole la collettività di riferimento delle proprie capacità.

Nella certezza che in un futuro prossimo la ricchezza non sarà costituita dalle risorse finanziarie ma dalle idee, dai saperi, dalle competenze, dalle conoscenze e dalle specificità dei differenti sistemi culturali.

Una nuova forma di capitalizzazione, come l' ha definita Pierluigi Sacco, nella quale ogni comunità è in grado di sviluppare un proprio processo identitario, connesso alla costruzione di un proprio repertorio simbolico e ideale, capace di riversarsi nei manufatti, come negli stili di vita e nelle esperienze che essa produce.

E' il caso del Made in Italy e delle numerose declinazioni locali che lo compongono e che oggi identificano una pluralità di esperienze che abbracciano diversissimi aspetti e stili di vita, esperienze estetiche e del gusto, del design e della moda, del paesaggio e dell'enogastonomia, tutte però riconducibili ad una ben identificabile matrice.

Se è vero che nell'epoca post industriale lo spazio mentale è la vera infrastruttura della nuova economia, i musei sono il posto giusto dove ricominciare a pensare.

Massimiliano Zane

NUOVE PRATICHE FEST - I TEMI CHIAVE

Il museo contemporaneo quale amministratore “ponte” della cultura e del patrimonio verso la società, elemento ad alta complessità strumentale, metodologica ma soprattutto intellettuale, con un ruolo unico ed insostituibile di responsabilità sociale in quanto parte integrante della società, che della società ne è essenza ed interprete. Interprete non solo di valori storici e artistici ma anche di una nuova “narrativa formativa” fatta di abilità emozionali, capace di spingere il pubblico all’esercizio del “diritto di fruizione”, attraverso cui riflettere in maniera più analitica sui processi di costruzione e sviluppo delle proprie ed altrui conoscenze, dei propri ed altrui contenuti; capace di facilitare apprendimento e comprensione. Ecco il museo del “prossimo futuro” immaginato al Nuove Pratiche Fest di Palermo.

Più che una conferenza, e meno che mai una serie di interviste, i vivaci giorni palermitani all'Ecomuseo Mare Memoria Viva e alla GAM sono stati giorni intensi, fruttuosi e ricchi di dibattito, confronto e racconto. Tanti interventi ed incontri interessanti, con vecchi e nuovi amici, in un luogo ed un ambiente che naturalmente invitava alla conversazione.

I temi affrontati sono stati diversi, tanti, belli, importanti, per una discussione che si è svolta sempre in maniera libera e connettiva e che è difficile racchiudere in poche righe. Dal riconoscimento del valore culturale del bene comune, non ottenuto attraverso opere edoniche e di richiamo, ma quale elemento costitutivo di collettività, “valore aggiunto” per far rivivere il proprio *héritage*, allo sviluppo di nuove progettualità per l’implemento delle opportunità d’impatto e crescita comunicativa e relazionale culturale. Dal ruolo cruciale delle istituzioni culturali pubbliche nei confronti del diritto a partecipare al co-sviluppo ed alla co-creazione comune delle esperienze culturali, all’elaborazione di una nuova narrativa, di un nuovo registro di dialogo e di racconto della memoria, tra formazione ed educazione, fruizione e interazione. Dalle opportunità offerte all’effetto connettivo del digitale, sempre più elemento fondativo

di un'architettura sociale che vuol dirsi realmente integrata e consustanziale, a nuove *policy* culturali e di *audience engagement* per lo sviluppo di nuove dinamiche dell'esperienza culturale. Fino alle nuove prospettive di partecipazione e di ampliamento consapevole e qualitativo delle potenzialità delle istituzioni culturali considerate, qui, veri e propri centri d'educazione empatica e visiva in cui soggetti, oggetti e narrazioni divengono "fattori evolutivi", di creazione e formazione. Necessarie piattaforme di coesione, oggi chiamate a tradurre il valore personale (non economico) del bene culturale comune, e della responsabilità che questo comporta, con quello di capitale collettivo e di cittadinanza. Una nuova "cultura organica", fatta anche di momenti conviviali, che prenda il via e veda nel senso di coesione che dai luoghi di cultura è rappresentata, l'elaborazione una nuova proposta valoriale, un paradigma progettuale in cui patrimonio e persone siano testo e contesto di lettura e apprendimento della propria ed altrui complessità per offrire nuove forme di benessere e coesione. Tra le altre cose, difatti, questa due giorni, sia nei suoi interventi che negli appuntamenti "in esterna", ha sviscerato una sempre maggiore necessità di integrazione e supporto di una nuova funzione aggregativa dei luoghi della cultura, elemento principe non solo di un rilancio territoriale locale e nazionale, ma anche nel favorire nuove vie di legami, di negoziazione, anche a sostegno della lotta contro le varie forme di marginalizzazione e di degrado sociale ed educativo cui assistiamo quotidianamente.

E proprio in questo senso il "valore aggiunto" è stato il pubblico: una platea giovane e dalla formazione eterogenea, realtà vitale e vivace che ben ha rappresentato il "mondo nuovo" della cultura cui tutti noi dobbiamo rivolgerci. Un mondo – studentesco, ma non solo – da incontrare e con cui discutere, da cui imparare, da coinvolgere, uscendo dalle logiche "separate" di certa accademicità "lontana" (spesso autoreferenziale).

Perché il museo e l'intera filiera culturale del "prossimo presente" saranno sempre più partecipativi, operosi, collaborativi. Un laboratorio di nuovi pubblici e nuovi attori sociali, di nuove pratiche di narrazione e comprensione di sé e del mondo, di costruzione collettiva di valori, emozioni e conoscenza, ma anche di relazioni, domande ed esperienze. Che prevede l'aprire i musei, portarli fuori, in strada, tra la gente "perché la fuori c'è un universo di significati di senso che aspetta solo di tornare ad essere partecipe della nostra cultura" (parafrasando Emmanuele Curti).



I WORKSHOP

Maria Chiara Ciaccheri

L'ACCESSIBILITÀ AL MUSEO **Un sistema complesso di prospettive sovrapposte**

La possibilità di accedere agli spazi, alle risorse, ai contenuti di un museo dovrebbe essere, per sua stessa definizione, il primo requisito di qualsiasi istituzione: lo ripetiamo spesso senza valutarne criticamente le ragioni e la complessità degli impatti.

Se lo scopo principale del museo - istituzione complementare e potenzialmente rilevante quanto la scuola - è di contribuire allo sviluppo della società civile, servirà accettare le contraddizioni e le opportunità offerti dai molteplici punti di vista che questa stessa società ci offre.

Secondo questo approccio, l'accessibilità potrà dirsi compiuta solo quando, al di fuori di una chiara metafora, i musei lasceranno emergere molteplici narrazioni declinate secondo altrettanti livelli di mediazione, affinché i visitatori cui ci riferiamo smettano di appartenere esclusivamente ad maggioranza che, comunque, non potrà mai dirsi omogenea.

L'accessibilità museale, ad oggi, rappresenta una sfida per la democrazia culturale in senso lato: l'occasione per amplificare gli impatti, anche sociali, di questa istituzione nella ridefinizione di una nuova percezione neutrale della differenza. Si tratta di una disciplina ibrida il cui portato, nell'esperienza di molte proposte correttamente sperimentate, può contribuire anche allo sviluppo allargato di una nuova consapevolezza legata ai temi della disabilità alla quale l'accessibilità viene spesso associata.

Nell'accezione più comune, infatti, questo ambito si riferisce soprattutto all'abbattimento delle barriere che impediscono l'accesso a persone con disabilità (motoria, sensoriale, cognitiva). Anche se, nella prassi dovrebbe saper declinare l'uso delle proprie strategie all'inclusione di tutti non essendo sempre possibile definire, se non solo superficialmente, una linea di demarcazione fra competenze piene e parziali, fra disabilità date o acquisite, fra una sedia a rotelle e un passeggino.

Pur nella convinzione che alcune proposte debbano rimanere specifiche, immaginare un museo davvero in cambiamento significa ipotizzare una declinazione accessibile per tutte le sue proposte: attività che insegnino a tutti i visitatori quell'esercizio dello sguardo analitico (attraverso le descrizioni verbali che solitamente sono impiegate nei percorsi con persone cieche e ipovedenti); nella definizione di testi la cui linearità di sviluppo risponde alle domande implicite del visitatore inesperto e allo stesso tempo si confronta con la disabilità cognitiva; nella strutturazione di percorsi capaci di adattarsi ad una molteplicità di stili di apprendimento, nella consapevolezza della diversità che caratterizza ognuno.

Se il museo davvero diventasse il luogo in cui sperimentare l'articolazione complessa di queste e altre pratiche, forse l'accessibilità non sarebbe più concepita in un'ottica compensativa, dove l'offerta di soluzioni accessorie (e speciali) viene esclusivamente giustapposta alla traccia di strategie rivolte ad una normalità concepita come ordinaria.

Non focalizzarsi sulla specificità di etichette ci permetterebbe, ad esempio, di ripensare allo spazio espositivo nel suo complesso secondo istanze più ampie e sistemiche capaci di guardare al museo dalla prospettiva degli studi sul visitatore e sulla sua psicologia.

Ricalibrare la voce del museo secondo approcci che sappiano renderlo più accogliente e insieme contemporaneo significa, soprattutto, non agire soltanto sulla superficie dell'istituzione.

Ad oggi, le proposte più articolate intervengono su piani sovrapposti includendo nella progettazione riflessioni e sperimentazioni che interessano le strutture, gli strumenti, i programmi condotti da operatori, la comunicazione esterna delle proprie attività.

Eppure proposte realmente efficaci dovrebbero svilupparsi da prassi capaci di ripensare al museo nel suo complesso. L'accessibilità dovrebbe così essere intesa quale chiave trasversale imprescindibile: dalla progettazione di tutte le azioni alla formazione della totalità del personale; dal pieno coinvolgimento delle comunità di cui il museo vuole farsi portavoce alla riflessione sulle modalità di una loro corretta rappresentazione; da processi di valutazione votati all'empowerment dei visitatori stessi fino alla ridefinizione dell'organigramma.

Riferirsi ad un museo che faccia dell'*advocacy* (ovvero della difesa dei diritti delle comunità, qualsiasi esse siano) il proprio punto di

forza consentirebbe di riflettere la complessità del mondo reale all'interno del museo, accompagnando realmente i visitatori lungo l'arco delle loro vite a dispetto delle disabilità cui progressivamente andranno incontro.

Forse il vero auspicio è quello per cui, in un futuro sempre più prossimo, di accessibilità non si debba neppure più parlare: quando sarà considerata un elemento dato, verso il quale ogni museo possa tendere sempre e in modo complesso.

LA SFIDA CULTURALE DELL'AUDIENCE DEVELOPMENT

Molto prima di dargli un nome, gli operatori culturali hanno sempre fatto Audience Development, sperimentando attività e approcci per raggiungere più pubblici, pubblici diversi e più coinvolti. Si tratta di un insieme di pratiche ricco e frammentato, che manca di un quadro teorico ed operativo condiviso, ma che oggi reclama un ruolo diverso e più incisivo. Anche perché, se è vero che azioni educative, comunicative e di marketing finalizzate ad ampliare i pubblici ci sono sempre state (soprattutto negli ultimi anni), è anche vero che nell'insieme non hanno funzionato, stando ai dati sulla partecipazione culturale in Europa.

L'AD è un concetto sfuggente e di moda allo stesso tempo. In un certo senso, è un'idea che fa tutti contenti, unendo le spinte divergenti che caratterizzano i diversi ruoli all'interno delle organizzazioni: chi pensa a far tornare i conti, chi vuole compiere una missione educativa, chi pensa che il museo sia la casa del passato (compresa e amata da tutti, ma da proteggere a tutti i costi dal tempo), e chi lo vorrebbe costantemente ingaggiato nel presente. Infondo, chi mai potrebbe dire che aumentare la partecipazione culturale non è giusto e importante?

Ma se è da tanto che se ne parla, perché sembra così rilevante proprio adesso?

Nell'attenzione tutta contemporanea per questo tema (complice la Commissione Europea che dal 2014 lo ha elevato a priorità nelle politiche culturali comunitarie), convergono molte spinte, storie e traiettorie anche molto lontane fra loro. È importante identificarle e comprenderle, perché da esse dipende la grande varietà con cui il concetto è interpretato dai diversi attori del sistema: operatori, artisti, decisori, usano spesso lo stesso termine per indicare cose diverse, con aspettative differenti (dall'incremento dei biglietti venduti all'inclusione sociale, dalla fidelizzazione dei pubblici all'aumento dei flussi turistici). Alcune di queste traiettorie vengono da lontano, nell'alveo di una lunga tradizione di pensiero, di natura filosofica e politica, che affonda le radici nell'idea di democratizzazione della

cultura. Su questa strada negli ultimi 50 anni si sono cimentati filosofi e sociologi, educatori e attivisti: la cultura deve appartenere a tutti, essere accessibile a tutti (anche perché sono le tasse di tutti a sostenerla). Altre traiettorie sono più recenti, come quelle di natura finanziaria: la contrazione delle risorse pubbliche spinge il settore a cercare nuove forme di sostenibilità - che passa tanto dalla possibilità di vendere più biglietti, quanto dall'esistenza di una comunità pronta a difendere le istituzioni dai tagli alla spesa. Vi sono poi ragioni legate alle politiche economiche, che riconoscono una relazione tra la partecipazione culturale e lo sviluppo di società ed economie avanzate e, per questo sostengono l'AD. Che piaccia o no, questa è anche la logica implicita nelle politiche europee, che non a caso interpretano l'AD anche in chiave di allargamento dei mercati per i prodotti culturali.

Infine, ci sono ragioni sociali e culturali, che stanno dando forma al nostro modo di vedere vecchi problemi, creando nuovi immaginari e percezioni di sé e del mondo: la globalizzazione, le migrazioni, l'ambiente digitale hanno cambiato (e continuano a farlo) in modo radicale il modo in cui le persone si comportano e interagiscono, abilitando comportamenti attivi nei confronti dei significati (continuamente messi in discussione) e nell'assunzione di decisioni (avere un ruolo nelle scelte che ci riguardano). Si tratta di un fatto semplicemente senza precedenti che costringe chi ha storicamente maneggiato i contenuti culturali a mettere in discussione il proprio ruolo. Da qualunque parte provenga, questo nuovo interesse per gli impatti sulle persone e le comunità è un bene, perché la partecipazione culturale - non solo in Italia - è ai minimi storici. Soprattutto, rappresenta anche un'incredibile opportunità per ridisegnare il ruolo stesso della cultura e delle sue forme in un contesto politico e sociale completamente mutato, una possibile leva per il cambiamento.

Ma cosa significa concretamente per le singole organizzazioni? Dal punto di vista strategico ed operativo, l'AD è *“un approccio pianificato che coinvolge tutta l'organizzazione per estendere il numero e la natura delle relazioni con i pubblici, che aiuta le organizzazioni culturali nel perseguimento della propria missione, bilanciando gli obiettivi sociali, di sostenibilità economica e le ambizioni culturali”*

(The Audience Agency).

Lo sviluppo dei pubblici – un incremento della sua numerosità e differenza, dell’ampiezza e della profondità delle esperienze di chi partecipa– può avvenire se i diversi aspetti dell’esperienza culturale sono costruiti tenendo conto dei bisogni delle persone. Curatori e programmatori, personale operativo e di comunicazione, educatori e animatori devono conoscere ed essere ispirati dai bisogni dei diversi pubblici, e devono in farlo in modo coordinato. Se questo non avviene, vi sono ampie evidenze che cercare di raggiungere nuovo pubblico come responsabilità di qualche singola funzione (di norma educazione, comunicazione o marketing) ottiene nel migliore dei casi risultati di breve termine.

Insomma, “sviluppare” i pubblici dipende dalla capacità delle organizzazioni di metterli al centro della propria filosofia e della propria pratica. Tale centralità è ancora un’idea nuova per molte organizzazioni culturali, per le quali la conservazione di un oggetto o la produzione artistica sono stati per lungo tempo l’unica missione perseguita. Certo i musei non devono diventare centri di comunità, non devono cioè sostituire la propria missione legata alle collezioni con una missione legata ai pubblici, ma una via terza che bilanci queste prospettive deve e può esistere. Comunque lo si veda, l’AD è un processo continuo e di natura trasformativa. Per questo parlare di sviluppo dei pubblici è limitante (e in certo modo fuorviante): ciò che si “sviluppa” non è il pubblico, ma le istituzioni.

PERCORSI DIDATTICI ALLA GAM PER UN MUSEO "ECOSISTEMA DELLA CONOSCENZA"

Parlando di Musei in un contesto collaborativo, di scambio e di apertura, ho voluto mutuare il termine ecosistema dalle scienze naturali, in quanto costituente un' "unità funzionale formata dall'insieme degli organismi viventi e delle sostanze non viventi (necessarie alla sopravvivenza dei primi), in un'area delimitata (per es., un lago, uno stagno, un prato, un bosco, ecc.)", secondo il dizionario della lingua italiana Treccani. Questo "insieme", definito e contenuto, a livello spaziale, da un perimetro e da un volume, costituisce un bene preziosissimo per questa ormai longeva Istituzione del sapere che, oggi più che mai, deve farsi "ecosistema della conoscenza" - territorio della memoria in cui avviare sperimentazioni socio-culturali (Weinberger, D. 2012, *La stanza intelligente*.

La conoscenza come proprietà della rete). Le ormai longeve istituzioni museali – sorte in secoli di grande consapevolezza dell'importanza delle collezioni per il progresso delle arti e delle scienze – mantengono l'originaria funzione di offrire e garantire un servizio culturale alla comunità, sebbene oggi più che mai ritengo che queste debbano farsi mediatrici della comprensione e comunicazione di aspetti complessi nella trasmissione della conoscenza, come viene sancito dal codice etico dell'ICOM : "Al museo spetta l'importante compito di sviluppare il proprio ruolo educativo e di richiamare un ampio pubblico proveniente dalla comunità, dal territorio o dal gruppo di riferimento. L'interazione con la comunità e la promozione del suo patrimonio sono parte integrante della funzione educativa del museo."

La presenza di termini come "comunità", "territorio" e "patrimonio" nel principio 4 dell'ICOM supporta la ridefinizione del ruolo del Museo nella sua funzione culturale e sociale, attraverso una rinnovata idea di *Bene Comune*, che agevoli l'accesso alla cultura mediante l'impiego di approcci mirati e inclusivi che favoriscano l'interlocuzione con tutti i pubblici, per trasformare questi tradizionali luoghi del patrimonio centri di elaborazione culturale *dei e nei* territori.

In questo senso, considerando il “patrimonio” un luogo socializzante della cultura, il Museo - cellula costitutiva del tessuto patrimoniale – può essere inteso come “spazio di relazione” - contenitore di storie e racconti, corali e individuali. Un habitat di tipo narrativo a livello intrinseco che, da “museo di collezione” – nelle sue tradizionali funzioni di raccolta, conservazione ed esposizione – si trasformi in un c.d. “museo di narrazione”, riprendendo la felice intuizione di Paolo Rosa.

In questa direzione si muove gran parte della progettazione e della politica culturale attuale della Galleria d'Arte Moderna “Empedocle Restivo” di Palermo che, attraverso un approccio metodologico di apertura e di condivisione dei suoi contenuti, ma anche e soprattutto attraverso concrete azioni di **accessibilità e di inclusione**, oggi può essere definita a buon diritto un *museo di narrazione* in costante divenire, di cui raccontarne le esperienze già realizzate per avviare future scritture e descrizioni.

Con la volontà di tenere presenti le istanze provenienti dal territorio di riferimento è nato nel 2014 il progetto “GAM Bene Comune”, ovvero una rete della cultura, del sociale e dell'imprenditoria, in un processo di scambio, contaminazione e sviluppo di azioni integrate. L'obiettivo della rete è promuovere, a partire dalle collezioni che si integrano con la storia della città, la realizzazione di un centro di produzione e diffusione culturale, enfatizzando il valore sociale del Museo. Strumento per la realizzazione del progetto è un Comitato Civico di partecipazione al quale aderiscono quasi un centinaio di soggetti del volontariato, del settore della finanza etica, associazioni e imprese culturali, accomunati da un forte impegno nelle attività di promozione culturale ed educativa.

Favorire l'accesso di tutti i pubblici al suo patrimonio - tangibile e intangibile – è obiettivo primario del progetto GAM Bene Comune, che si muove lungo un percorso sperimentale di welfare culturale cittadino, accentuato dall'iconicità dell'Istituzione e del suo ruolo.

Il patrimonio conservato e custodito viene oggi “tramandato” attraverso un'attività progettuale che comprende al suo interno una importante triade: il Museo, le collezioni e le persone. Da qui è ripartita la Galleria d'Arte Moderna “Empedocle Restivo” di Palermo insieme a tutti noi che lavoriamo per l'Istituzione, ovvero dal racconto della sua storia e delle sue storie coniugato alla quotidiana

tessitura di una trama di relazioni, di vincoli, di vita vissuta, per divenire un luogo attorno a cui possa riconoscersi la comunità cittadina.

All'interno delle coordinate sociali del progetto, l'accessibilità costituisce un asse centrale della politica culturale del museo, attraverso le sue molteplici declinazioni: fisica, sociale, sensoriale cognitiva, comunicativa e digitale. I progetti selezionati in questa sede raccontano il percorso, ormai quasi quadriennale, di un profondo processo di transizione. Descrivono cioè, quattro modi - tra gli altri - di raccontare che cosa si intende per accessibilità dal punto di vista di *GAM Bene Comune*.

Dalla narrazione e dall'accessibilità prende le mosse il percorso *SEGNI D'ARTE*, una video-guida in LIS - scaricabile mediante una app - dedicata a tredici capolavori della GAM, realizzati tra la fine del XIX e i primi quarant'anni del XX secolo. Nel caso del pubblico con disabilità sensoriale, infatti, occorrono pochi supporti all'esperienza di visita, mentre la questione centrale è il linguaggio, la comunicazione, l'equilibrio tra descrizione e interpretazione. Nelle video-guide il racconto include sia le singole opere d'arte sia le sezioni tematiche del museo, le cui collezioni si integrano pienamente con la storia della città di Palermo, aperta, tra il XIX e il XX secolo, alle culture nazionali e internazionali. Questo percorso costituisce una *best practice* nell'ambito dei percorsi museali accessibili alle persone con deficit uditivo, ma anche tenendo in considerazione le esigenze di tutti i tipi di utenti. L'interprete del video è una persona sorda, supportata nel suo lavoro da due esperte culturali, anch'esse affette da deficit uditivo. I segni sono stati curati nel dettaglio e l'interpretazione di ogni concetto è stata costruita per agevolarne la comprensione. Al video, infatti, sono stati aggiunti i sottotitoli, riuscendo così a sopperire alle difficoltà di comprensione dovute alle variazioni regionali LIS, la cui mancata mutua conoscenza è ancora una non risolta questione della Lingua dei Segni Italiana. A questa specifica facilitazione tecnica nella fruizione, si aggiunge un efficace espediente narrativo: un sottofondo sonoro evocativo dell'epoca storica descritta a di supporto della comprensione di coloro i quali non sono affetti da deficit uditivi. Il percorso è stato prodotto per la GAM da Civita Sicilia in collaborazione con la Società Orpheo, nell'ambito del suo programma dedicato all'accessibilità museale *Arte per tutti*, con l'Associazione Kiasso, riferimento nazionale per le visite culturali in LIS.

Insieme all'accessibilità sensoriale, *GAM Bene Comune* favorisce quella di tipo sociale, nel territorio di riferimento, ovvero la città, ma soprattutto i suoi quartieri, ovvero unità mononucleiche spesso difficilmente permeabili, ubicati in zone del centro o della periferia. La GAM, consapevole della sua importanza istituzionale e volendo essere parte attiva nei processi di costituzione di una comunità educativa cittadina, ha stabilito di superare i confini della missione di cui è depositaria, andando oltre il perimetro delle mura del suo edificio. Per conoscere il suo territorio di riferimento, per creare relazioni a lungo termine con le comunità incontrate e da incontrare (studenti delle scuole, mamme dei quartieri, associazioni) è stato avviato nel 2015 *"Oltre i Mandamenti". La GAM va nei quartieri*", le cui vertebre costitutive sono state le "outreach activities" svolte nei quartieri di Borgo Nuovo, Cruillas e Zen fino a ottobre 2016 e che si prevede di estendere ad altri quartieri cittadini nel prossimo. Punto forte del progetto è a l'alleanza tra diversi soggetti, come il museo, Civita Sicilia, ArciRagagazzi, la cooperativa sociale Argonauti, le scuole e le associazioni che si ubicano nei territori interessati; in questo modo, si vogliono costruire percorsi solidi e continuativi di conoscenza della città e della sua storia, ma anche e soprattutto del quartiere di residenza, per generare un legame identitario con i luoghi di appartenenza. Il percorso, modulato su una serie di incontri in centri o scuole dei quartieri coinvolti, prevede la realizzazione di attività ludico-didattiche finalizzate a introdurre i modi espressivi dell'arte, e privilegia soprattutto momenti di confronto e di dialogo sulle sensazioni e i desideri dei partecipanti, favorendo l'esplorazione di tematiche sulla convivenza e sul rispetto dovuto ai singoli all'interno di collettività complesse e articolate.

A questa nuova fase di progettazione si ascrivono quindi percorsi destinati a pubblici eterogenei, le cui finalità si differenziano in relazione al tipo di accessibilità. L'accessibilità cognitiva è al centro di due progetti sperimentali che affrontano tematiche centrali delle specificità nei disturbi cognitivi dei partecipanti avvalendosi di importanti collaborazioni che sono divenute vere e proprie "alleanze educative". Arricchire le competenze relazionali e favorire l'inclusione di adolescenti con autismo a medio funzionamento sono gli obiettivi principali di *INTER-ART-IN-GAM - percorsi di accessibilità tra arte e neuroscienze dedicata a soggetti autistici* (ideati e condotti da *Civita Sicilia* insieme a *Neuro Team Life and Science*). In questi percorsi, gli operatori conducono gli adolescenti con autismo a medio funzionamento alla scoperta di sé, attraverso ad

esempio il tema del ritratto e dell'autoritratto, ma anche del mondo circostante, attraverso luoghi e personaggi che compongono il patrimonio culturale della GAM. Superare l'isolamento sociale e la difficoltà a mantenere il controllo sugli avvenimenti esterni, con una ricaduta immediata sul tono dell'umore dei soggetti, in termini di benessere, sono gli obiettivi perfettamente espressi da *"RI-NARRARSI attraverso l'opera d'arte"*. Un progetto sperimentale dedicato alle persone con *Alzheimer*, ai loro familiari e ai caregivers, nato dalla collaborazione fra il museo, *Civita Sicilia e l'Unità di Geriatria e Lungodegenza* e con l'Unità Valutativa Alzheimer n.6 del Policlinico "Paolo Giaccone" di Palermo e *l'associazione A.L.M.A.* (Associazione Lotta Malattia Alzheimer). Nello specifico, il progetto esplora la perdita di identità sociale che affetta soggetti con una patologia dalla variegata sintomatologia, ripercorrendo le trame delle memoria, individuale e di gruppo (dei pazienti e dei nuclei familiari) ed è stato inserito nell'ambito delle attività espressivo/riabilitative rivolte ai pazienti con demenza di Alzheimer e altre demenze che afferiscono a suddetto centro medico. I percorsi tematici del progetto prendono spunto dai diversi generi artistici presenti alla GAM per ripercorrere le sottili trame della memoria dei pazienti che, come in un dipinto, riemergono attraverso strati di ricordi che, come pennellate sia materiche sia lievi, possono riaffiorare anche dall'osservazione di una marina di Palermo, dipinta magistralmente da Francesco Lojacono, e che racconta una città e un mare che palermitani di oggi non conoscono più, ma che queste persone hanno conosciuto nel corso della loro infanzia, generando delle memorie indissolubili.

Tutti i progetti portati avanti dalla GAM in questo percorso quadriennale si coniugano con la consapevolezza del ruolo sociale e culturale del Museo che - intersecando il portato di ciascun visitatore - e mediante una progettazione attiva e funzionale, restituisca alle collezioni custodite dal Museo il ruolo di risorse di apprendimento e di riflessione per raggiungere i cittadini e i pubblici più eterogenei, che nelle storie ritrovano se stessi e le proprie radici.

Pasquale Napolitano

A COSA SERVE UN MUSEO VUOTO NEL PARCO DEL CILENTO?

Per una ri-codifica del valore dei beni culturali per lo sviluppo del Cilento (e dell'Italia) interiore.

Come evidenziato anche a livello di opinione pubblica [link a: <http://www.internazionale.it/reportage/giuseppe-rizzo/2017/01/14/emigrati-estero-sicilia-italia>] dal sud dell'Italia si continua ad emigrare - ed è proprio la Sicilia la regione con il più alto numero di persone che vivono all'estero, 730mila, il 14,4% dei cinque milioni residenti nell'isola.

Come evidenziato dalla ricerca dedicata al tema da Fondazione Migrantes [link al pdf con le statistiche], sempre più si assiste ad una diversa dinamica emigratoria, che oltre a rispondere alle ben note dinamiche Sud-Nord, sempre più significativamente si muove su dinamiche dentro-fuori: si emigra di più dalle province dell'Italia interna, sia del nord che del sud, si abbandonano le aree più isolate, per mancanza di lavoro, ma anche - come evidenziato nelle linee guida del piano strategico per le aree interne lanciato nel 2013 dal Ministero per la Coesione Territoriale con l'obiettivo di invertire la crescente tendenza allo spopolamento, oltre che per restituire loro centralità nel dibattito sul futuro del paese - per mancanza di strumenti con cui poter esercitare cittadinanza.

Con le Parole di Filippo Tantillo, coordinatore scientifico del piano: "Per quanto tra loro si annoverino zone ricche, nelle quali esiste un sistema produttivo e manifatturiero molto ben sviluppato, o situate in ambiti periurbani e costieri, ossia nella "polpa" del paese, tutte soffrono di una qualche forma di marginalità, sono esposte a gravi rischi ambientali, presentano difficoltà gravi di accesso alle risorse, alla conoscenza, alle reti economiche, e in molti casi presentano deficit gravi di democrazia, per lo più dovuti alla debolezza dei servizi alla persona, alla perdita della coesione sociale. [...] è venuto fuori che queste zone coincidono esattamente con le aree che più perdono popolazione nel nostro paese. E la necessità di frenare l'abbandono è il tratto che più le rende simili, [...]."

Dal nostro punto di vista, sembra essere perciò il deficit di cittadinanza, più che il mancato sviluppo economico, la causa dello spopolamento. E' un ribaltamento di prospettiva, carico di implicazioni tanto per le politiche "spicciole" territoriali, gli strumenti per lo sviluppo, di sostegno alle imprese o di promozione culturale, quanto per un ripensamento complessivo della politica "alta" sulla necessità di un riequilibrio economico e sociale del paese."[link a: <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-vuoto-come-spazio-di-sperimentazione-e-libert%C3%A0>]

In un quadro così delineato, a cosa può servire un museo?

Questa è stata la domanda che ha animato l'attività del Museo Ugo Marano (MUM) a partire dalla sua fondazione, poco più di un anno fa, all'interno di una ferriera sul fiume Bussento, abbandonata e poi restituita alla cittadinanza grazie al Museo, nel comune di Morigerati, uno dei cento comuni del Parco Nazionale del Cilento, nel tentativo di creare un'avamposto per la ricerca artistica contemporanea (unico nel territorio cilentano) ed in particolare in cui si potesse sviluppare apertamente il tema del rapporto tra uomo e natura, in un territorio che, per sua natura (il parco nazionale più grande d'Italia per estensione, ed il più ricco di biodiversità, ma allo stesso tempo antropizzato), ne ha sempre fatto la sua caratteristica peculiare.

Sono oramai acclamate, anche a livello istituzionale (CHCfE, 2015), il valore del bene culturale in una prospettiva di crescita integrata di un territorio, la sua capacità di essere vettore identitario e di sviluppo. Ed anche sotto quest'ottica l'Italia interna si dimostra assai deficitaria, sempre con le parole di Tantillo: «Per il momento tutto sembra passare anche attraverso lo scottante tema della gestione dei beni culturali. Su questo fronte permane forte, in aree interne ma non solo, la tendenza a proporre e riproporre contenitori culturali, la casa della musica, la casa della cultura, dando molta meno importanza alla produzione dei contenuti. E ancor meno a cercare il nesso fra innovazione, gestione beni culturali e nuova cittadinanza, che a noi sembra un po' la ricetta vincente per superare la crisi dei modelli di gestione finora sperimentati. »

L'esperienza del MUM si pone su un piano radicalmente diverso dalle tante "case della musica" e "centri polifunzionali" che infestano i comuni italiani. Vuole essere infatti un bene *meta-culturale*, un bene cui il proprio valore sia proprio quello di veicolare non se stesso, ma di fungere da *segnale* verso il territorio circostante, in un'ottica

di perenne apertura alle comunità che vorranno attraversarlo, un laboratorio appunto di nuova urbanità, collocato in un territorio in cui sperimentare non può essere un'opzione tra le tante, ma è una necessità. Lo spazio in cui sperimentare in ottica laboratoriale nuova urbanità, nuova ruralità, nuovi sistemi di servizi e prodotti è il vero potenziale di questi luoghi, in cui, proprio a partire dal vuoto, poter ricreare forme alternative di effetto città: densità nomadiche composte da comunità creative: “Una città non più pensata come un insediamento delimitato e circoscritto, ma come una partitura polifonica in cui, in un accostarsi di pieni e di vuoti, di addensamenti e di pause, di adagi e di veloci, di luoghi deserti e di nodi a forte intensità, anche il silenzio possa essere, finalmente, ascoltato (Decandia, 2016)”.

Un'ulteriore discontinuità del MUM col modello delle “case della cultura”, sta nel modello di recupero degli spazi pubblici in chiave rigenerativa: non bensì la grande architettura industriale da riconvertire, ma un cluster di spazi a varia vocazione, che favoriscono la creazione di iniziative votate al loro riuso e rigenerazione in chiave comunitaria ed in dialogo tra loro, un sistema che fa leva sulla necessità di produzione di densità, per ovviare alla carenza di risorse pubbliche, facendo spesso perno proprio sulla informalità di tali azioni, che impattano sul territorio non attraverso programmi top-down, ma forme di azione che completano ed abilitano ciò che esiste, sempre nell'ottica di produzione di nuove forme di residenzialità basate sul modello delle comunità creative (Manzini, 2015) - non dissimili da quelle che nella Strategia Nazionale vengono definite “Comunità operose”.

Secondo tale quadro di sviluppo, la natura viene riscoperta come nuova soggettività di riferimento per stabilire nuove relazioni di senso, nuove storie, nuovi attraversamenti: costruire una Città del Parco (del Cilento) diventa, pertanto, operazione indispensabile per dare direzioni nuove alle attività possibili, per consentire ai luoghi di divenire nuovamente luoghi, un nuovo spazio mentale dove sposare il modello cooperativo e concorrente della Natura, per mantenere e trasmettere, innovandolo, il modello di biodiversità naturale, sociale e culturale.

Da una mappatura effettuata da chi scrive, tesa a monitorare gli effetti del piano di sviluppo del Parco del Cilento a quasi vent'anni dal suo inizio, proprio a partire dalla rivelazione della presenza e dell'entità dei numerosi laboratori territoriali presenti nell'area

vasta (Persico 2017, forthcoming), un dato significativo è fornito dalla loro distribuzione territoriale, grazie alla quale emerge che, pur in quadro di distribuzione piuttosto omogenea sul territorio cilentano, vi è una densità di laboratori molto maggiore nelle aree interne, meno interessate dal fenomeno turistico di massa, e probabilmente più bisognose e consapevoli di ripartire dalla proprie potenzialità: è infatti in particolare in questi contesti che rigenerare significa attivare un processo sociale atto al coinvolgimento delle popolazioni più ai margini e dove gli effetti diventano risorsa da re-distribuire, in cui rigenerare significa generare spazi di welfare e di inclusione sociale. In particolare l'area all'interno del Golfo di Policastro, quella in assoluto più ricca di laboratori, dove vi è stata la capacità, sviluppatasi attraverso per lo più di matrice informale, di riconoscere e rammendare una rete antropica e territoriale tra aree costiere ed aree interne, in un sistema di mutuo reciproco arricchimento (Lo stesso *M.U.M Cilento, La sperimentazione biodinamica, il progetto Re.Collocal ed altri*).

Nei casi analizzati, infatti, sempre più spesso pratiche professionali non ancora codificate e forme di rivendicazione sociale entrano in sinergia, spesso mettendo al centro una dimensione operativa, più che analitica, dell'agire sociale. Di conseguenza le industrie creative sono qui intese come volano per la rigenerazione – in virtù dell'importanza delle relazioni personali che legano tra loro le attività economiche (Storper 2013); allo stesso modo emerge anche la consapevolezza da parte degli operatori di operare in un contesto periferico in termini geografici e linguistici, tuttavia, proprio in virtù di ciò, questo fenomeno assume dinamiche resilienti di matrice neo-tribale (Covà 2006, Appadurai, 1996).

In conclusione: ripensare oggi un futuro per le aree interne significa in primo luogo “decostruire l'idea di perifericità e di marginalità a cui esse hanno rimandato per un lungo periodo” (Decandia, 2016), in virtù di un potenziale costituito proprio da questa marginalità rispetto ad un modello di sviluppo urbano che sembra aver esaurito la propria spinta propulsiva già da diversi anni (La Cecla, 2005). E' proprio per il loro essere potenziale “altra città” che questi territori possono essere nuovamente attrattivi da chi vuole *farne laboratorio* in modalità inedite ed attraverso nuovi sistemi di relazione.

In questo contesto, è proprio il (museo) vuoto a rappresentare il laboratorio di *nuova urbanità*, in cui si produce il silenzio, il bene comune più necessario alla scoperta di nuove vocazioni territoriali poste in essere da nuove comunità operose. Un museo/laboratorio -

nelle aree interne e non solo - si pone come il luogo di elaborazione di *nuova urbanità* possibile, in cui l'estrema apertura degli spazi e delle attività, la volontà favorire una partecipazione estesa ed efficace, una governance incentrata su bisogni e aspirazioni di coloro che, a vario titolo, lo vivono (Sacconi, 2015). Viene prodotta rigenerazione urbana dove sono moltiplicati i diritti di uso di uno spazio, potenziandone l'accessibilità per diversi pubblici, se cioè lo spazio diventa risorsa disponibile, capace di ancorare processi di attivazione sociale e di sostegno alla formazione della rete locale di produzione di conoscenza e di socialità: è in questo senso che il museo (vuoto) ha un effetto propulsivo al processo di rigenerazione di area vasta.

Bibliografia:

- Arvidsson, Adam, et al., (2016), *Commons Based Peer Production in the Information Economy*.
- Appadurai, A (1996), *Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalization*, Public Worlds Volume 1, University of Minnesota.
- Cova B. (2006), *Community and consumption: Towards a definition of the "linking value" of product or services*. European Journal of Marketing MCB UP Ltd.
- *Cultural heritage Counts for Europe* (Culture Programme of the European Union, Published on behalf of the CHCFE Consortium by the International Cultural Centre, Krakow June 2015
- Decandia L., Lutzoni L. (2016), *La strada che parla, Dispositivi per ripensare il futuro delle aree interne in una nuova dimensione urbana*, Franco Angeli, Milano.
- La Cecla F., (2005), *Perdersi. L'uomo senza ambiente*, Laterza, Bari
- Manzini E., (2015), *Design, When Everybody Designs*, MIT University Press
- Decandia L., (2016), *IL FUTURO ANTERIORE DELLE AREE INTERNE IN UNA NUOVA DIMENSIONE URBANA*, Il Giornale delle Fondazioni
<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/il-futuro-anteriore-delle-aree-interne-una-nuova-dimensione-urbana>
- Napolitano P., (2016), (Un Anno di silenzio). *Il vuoto come laboratorio di nuova urbanità*, url: <http://www.roots-routes.org/?p=15581>
- Napolitano P., Persico P, (2017), *Da area vasta a città-paesaggio: rigenerazione di urbanità e soggettività istituzionale nel processo di nuova identità dell'area vasta.*, in: Cambiamenti, Responsabilità e strumenti per l'urbanistica al servizio del paese, Atti XIX Conferenza Nazionale SIU, Platinum Publisher
- Persico P., (2017), *Dalla Città del Parco ai Laboratori del Quarto Paesaggio*, url: issuu.com/cittadelparco/docs/quarto_paesaggio

- Sacconi, L., *Beni comuni, contratto speciale e governance cooperativa dei servizi pubblici locali*, in Sacconi L., Ottone S. (a cura di), *Beni comuni e cooperazione*, Bologna: Il Mulino, 2015, p. 175-214.
- Sennet, R. (2008), *“The Craftsman”*. Yale University Press
- Storper, M. (2013), *Keys to the City. How Economics, Institutions, Social Interaction, and Politics shape Development*, Princeton University Press.
- Von Drathen, D., 2011, *Vortex of silence. Proposition for an art criticism beyond aesthetic categories*, Charta.

Francesco Giambrone

RACCONTARE IL TEATRO MASSIMO

“Il teatro è il luogo in cui una comunità liberamente riunita si rivela a se stessa. Il luogo in cui quella comunità ascolta una parola da accettare o da respingere. Perché anche quando gli spettatori non se ne avvedono quella parola li aiuterà a decidere nella loro vita individuale e nella loro responsabilità sociale”.

*Paolo Grassi e Giorgio Strehler, 1947,
Manifesto fondativo del Piccolo Teatro di Milano.*

Raccontare il Teatro Massimo di oggi significa partire da quattro progetti per molti versi inediti e in qualche modo anomali rispetto alla tradizione dei grandi teatri d’opera italiani ma che restituiscono più di altri il senso di strategie e scelte di fondo.

Il primo è un coro di voci bianche formato da bambini di tutte le comunità straniere della città, il Coro Arcobaleno. Sono bambini che vengono da mezzo mondo, in tantissimi sono arrivati con i barconi che attraversano ogni giorno il Mediterraneo; alcuni sono minori non accompagnati, un dramma nel dramma. La città li ha accolti e si propone come modello di convivenza possibile, ma spesso l’accoglienza, in quanto fatto istituzionale, non basta. La nascita di questo Coro racconta una storia bella che ha cambiato e sta cambiando il teatro e che sta restituendo senso alle politiche di accoglienza attraverso una nuova occasione di aggregazione capace di superare differenze etniche e culturali semplicemente facendo musica insieme. Racconta che le arti (e in questo caso la musica) possono fare cose che sembrano impossibili, visto che anche le comunità più restie a partecipare alla vita civica hanno voluto che i loro bambini venissero a cantare in questo Coro. Racconta come i grandi temi che investono la città non possono non costituire elementi di riflessione per chi disegna il progetto artistico e culturale del teatro. E dimostra che il teatro può diventare una bella occasione di impegno sociale a forte caratterizzazione

aggregativa che consente, seppur nello spazio del far musica insieme, di superare barriere altrimenti invalicabili alla luce di un cosmopolitismo virtuoso che valorizza le differenze svelandone la straordinaria umanità.

Il secondo è un maxischermo posizionato nella piazza pedonale che circonda il teatro e davanti ha una platea da mille posti. Una sedia, un euro: questa è la formula. Dentro l'opera dal vivo, fuori la diretta su maxischermo. Il progetto si chiama Piazza Massimo. Richiama migliaia di persone ogni anno. La gente ormai l'aspetta e quando arriva fa la corsa per accaparrarsi i biglietti e poi segue lo spettacolo attraverso il maxischermo in religioso silenzio, esattamente come fosse dentro il teatro. Neppure la pioggia, qualche mese fa, è riuscita a interrompere la magia: ombrelli aperti e tutti in silenzio ad aspettare che la storia di Tosca arrivasse all'ultima nota. Racconta di un teatro che vuole abbattere altre barriere: le barriere economiche di chi non può permettersi di pagare un biglietto neppure quando il prezzo è basso (come nel nostro caso), le barriere psicologiche di chi continua ad essere intimorito dal teatro perché lo considera luogo destinato ad una *élite* di cui non fa parte, le barriere dell'indifferenza e della estraneità, di chi non sa neppure cosa accade dentro quelle mura e, incuriosito da quello che vede, quasi per caso, su quel maxischermo, scopre d'improvviso la magia del teatro. Quel maxischermo si fa garante di almeno tre risultati: consente, ai primi, la fruizione di un'opera d'arte a un prezzo simbolico, a tutti accessibile; ai secondi, di superare pregiudizi e stereotipi che stanno alla base di un infondato ma diffuso senso di inadeguatezza rispetto alla fruizione culturale di alta qualità; ai terzi, la scoperta di un mondo che non conoscono semplicemente perché fino a quel momento non avevano avuto occasione di incontrarlo. E il teatro diventa un luogo che si apre, che vuole essere popolare e non elitario. In modo che mai nessuno, guardandolo da fuori, possa trovarsi a dire: quel posto non è per me.

Il terzo è un camion, un vero Tir, che porta l'opera lirica in giro per il territorio metropolitano, nei quartieri e nei paesi. Il progetto si chiama Operacamion. Il tir arriva in una piazza, l'Orchestra si raccoglie sotto pronta a suonare, il rimorchio si apre e d'incanto si schiude una finestra che disvela la magia del teatro: un palcoscenico attrezzato di tutto punto, luci, scene, costumi, cantanti in carne e ossa. L'abbiamo portato nei quartieri più difficili, quelli dove l'indifferenza, la diffidenza, il disagio sociale, l'emarginazione, l'esclusione sociale sono più tangibili. L'abbiamo portato all'Albergheria, allo Zen, fino a Cinisi, il paese di Peppino Impastato,

a pochi passi da quella che fu la casa di Tano Badalamenti. Lì, a Cinisi, in cima al viale dei “cento passi”, c’erano quasi mille persone a vedere Il barbiere di Siviglia di Rossini. E ad applaudire ammaliati alla fine. Mentre all’Albergheria, superata la diffidenza iniziale, il gestore della pizzeria che sta proprio sulla piazza si è inventato la pizza “Figaro”, facendo per una sera grandi affari. Racconta di un teatro che va incontro al suo pubblico, lo cerca e lo raggiunge. Con il fine di superare ancora altre barriere e altre distanze: quelle fisiche, quelle territoriali, che spesso rendono le grandi città divise in mondi separati che non si parlano e che sembrano comunicabili.

Il quarto è un sacco a pelo; anzi, cento sacchi a pelo. Quelli con i quali cento bambini della città (tra loro anche alcuni minori non accompagnati giunti figli dei flussi migratori che arrivano in città) da due anni passano la notte dentro il teatro. Si chiama Una notte a teatro. I bambini arrivano felici nel pomeriggio, magari in teatro non sono mai entrati. Gli scout li accolgono, si montano le tende e comincia la scoperta del monumento. Giocano tutta la notte, cenano, partecipano a una caccia al tesoro a tema musicale, si appropriano del teatro come fosse la loro casa, poi dormono e all’indomani, alzabandiera, prima colazione e alla fine un concerto del Coro di voci bianche e del Coro arcobaleno. Bambini che raccontano la magia della musica ad altri bambini. E dal giorno dopo per quei cento il teatro non sarà più uno spazio lontano e sconosciuto ma sarà un luogo bellissimo e familiare.

Un’idea di teatro come questa smentisce e contrasta quel pressante paradigma economicistico che si è fatto pericolosamente strada nel nostro Paese, fino al punto da essere espressamente compendiato nelle decisioni del legislatore, secondo il quale basta avere i conti in ordine perché una istituzione culturale possa essere considerata virtuosa, in buona salute; e apre una riflessione, più che mai urgente e opportuna, su cosa debba intendersi oggi per buona salute di una istituzione culturale. Il rischio è che un teatro con i conti in ordine, ma che ha abdicato al suo ruolo sociale e alla sua funzione pubblica, venga considerato una “azienda” culturale virtuosa e che le buone pratiche gestionali siano ricondotte tutte (e solo) al raggiungimento dell’equilibrio di bilancio. La deriva economicistica, giustificata da una crisi strutturale che ha comportato la progressiva contrazione delle risorse pubbliche destinate a cultura, ricerca e formazione, è cominciata molti anni fa; nel tempo ha finito quasi per diventare idea condivisa. E gestire un teatro per molti è diventato un esercizio

contabile che ha pian piano mortificato la vocazione stessa del teatro spegnendo slancio, creatività, investimento, scommessa, impegno, capacità produttiva. Diciamolo dunque con chiarezza: i conti in ordine sono da considerare nulla di più di un prerequisito, necessario ma non sufficiente. Perché lo stato di salute di un teatro, al netto dei bilanci in ordine, si misura dal fatto che sia pieno, che sia aperto, che rappresenti un luogo di incontro, di confronto e di discussione, che sia uno spazio pubblico (pubblico: nella funzione, nel ruolo, nel valore e nel senso del progetto) che punti a una forte centralità nella vita civica, che sia capace di intercettare e raccontare istanze, valori, urgenze del tempo che viviamo, che sia, infine, portatore di un progetto culturale e politico chiaro e riconoscibile. Che sia capace, nella misura delle proprie finalità e delle proprie capacità, di abbattere barriere e superare distanze restituendo legittimazione sociale a un progetto di crescita e di riscatto che per molti versi il legislatore non è stato ancora in grado di comprendere e di fare proprio.

Non ho parlato dei grandi progetti internazionali, dei tanti artisti che vengono da tutto il mondo, delle produzioni di opere, balletti, concerti, delle *tournées* all'estero. Non ho parlato delle più di 300 persone cui diamo lavoro e che sono le stesse che ogni sera fanno sì che il sipario si alzi, dei 250.000 che ogni anno entrano in teatro pagando un biglietto (150.000 spettatori e 100.000 visitatori del monumento), del bilancio in pareggio da quattro anni, delle entrate proprie che in un anno sono incrementate del 41%, della percentuale di occupazione dei posti in sala che sta raggiungendo l'80%, della scelta precisa di mantenere in vita sia il Corpo di ballo che i laboratori di scenotecnica e la sartoria per tramandare mestieri preziosi, degli altri indicatori di *performance* che sono tutti in crescita. Non ho parlato dei grandi nomi, delle collaborazioni con le istituzioni più prestigiose. Non è un caso che abbia scelto di non parlare di queste cose e di questi risultati, tutti importanti e strategici. Perché gestire un teatro è prima di tutto un atto politico. E dopo, solo dopo, un atto gestionale, artistico e culturale.

Andrea Bartoli

BASTANO DUE P PER FARE CULTURA?

Per rispondere a questa domanda mi sono chiesto cos'è la cultura? Cosa rappresenta per me e che ruolo ha avuto e sta avendo nell'ambito del progetto Farm Cultural Park.

La cultura in generale, forse potremmo definirla la fotografia di un popolo in un dato momento storico.

Personalmente tendo a fondere il concetto di cultura con quello di conoscenza, uno dei valori che mi stanno più a cuore. La conoscenza ti cambia la vita, ogni volta che impari qualcosa di nuovo diventi migliore.

L'arte, la creatività, la cultura sono state e sono le armi più preziose di Farm Cultural Park, strumenti nobili che ci hanno consentito non solo di dare una nuova identità alla città di Favara ma anche di costruire delle strade percorribili per il presente e per il futuro.

E allora bastano le due P per fare la cultura?

Nonostante partecipazione e pianificazione hanno un ruolo importantissimo non credo siano sufficienti.

Ci sono due P ancora più importanti e prioritarie a mio avviso e che necessitano di essere collegate, per generare un'altra P che ha bisogno di riacquistare nuovamente senso, in questo preciso momento storico.

La P di Proiezione, come capacità di guardare in avanti, oltre la siepe; la spinta ad immaginare e desiderare un futuro migliore e la P di Principi Morali, che devono ispirare e riempire di contenuti le visioni e arricchire di valori sani le pianificazioni, le strategie, le singole azioni. Il matrimonio di *proiezione e principi morali*, visione e etica, restituisce senso ad un'altra P molto importante, la P di *Politica*.

La P di *Partecipazione* nell'esperienza di Farm Cultural Park va a braccetto con la P di *Percezione*.

Favara non è più la città da cui scappare, da cui andare via, di cui vergognarsi. I cittadini di Favara sono nuovamente orgogliosi della propria città, fieri di vederla raccontata nei media nazionali e internazionali, non

più increduli di vedere tutti i giorni turisti e visitatori che arrivano da tutte le parti del mondo.

Tantissimi giovani di Favara e dintorni (persino di Agrigento) hanno deciso di diventare attori di questo sogno collettivo, di mettersi in discussione, aprire un nuovo albergo, creare nuovi luoghi aggregativi, offrire nuovi servizi per i nuovi pubblici di questa città. Tantissimi altri si limitano a godere di tutto quello che sta accadendo e partecipare, promuovere, fregiarsi del nuovo ruolo che la città di Favara si è ritagliata, come piccola capitale della rigenerazione urbana. Il cambio di percezione infatti non è solo interno ma anche esterno; in tanti arrivando a Favara si chiedono perché tutto quello che sta accadendo in questa città non possa accadere anche nella loro città.

La *Pianificazione* è tutto, ma presuppone l'esistenza di quelli che a me piace chiamare *Polmoni Urbani*, quei luoghi capaci di far respirare nuovamente le città. Che sono capaci di diventare dei Landmark per la città.

Nei quali puoi vedere delle cose interessanti, mangiare bene, incontrare persone speciali, imparare ogni volta qualcosa di importante, trovare un libro prezioso o sentirsi ispirato per il tuo futuro.

Che sono aperti tutti i santi giorni dell'anno.

Quanti di voi andando in una città come Parigi, Londra, New York non vedono l'ora di ritornare in quel luogo speciale che tanto avete amato la prima volta in cui l'avete visitato?

Detto questo *pianificare è arte*. Riuscire a bilanciare la proposta culturale durante i vari periodi dell'anno, trovare equilibrio tra la dimensione estetica e i contenuti, valorizzare le proposte artistiche che abbiano una forte dimensione sociale, barcamenarsi tra i diversi linguaggi, costruire percorsi di educazione per i più piccini e di coinvolgimento per i teenager, promuovere l'eccellenza locale e ospitare il talento nazionale e internazionale, costruire nuovi network e nuovi pubblici, saper raccontare dal vivo e sui social.

Un lavoro infinito e continuo di ricerca e organizzazione.

Tutto quanto detto però non basta.

Ci vogliono altre tre P, importantissime come quelle di cui abbiamo già parlato:

Passione, Passione, Passione.

NUOVE IDEE E NUOVI METODI PER NUOVE PRATICHE

Partecipazione e pianificazione vengono da più parti indicate come le “nuove pratiche” atte a far sì che il museo possa essere inteso come spazio culturale, secondo il tema di questa edizione di Nuove Pratiche Fest.

Questo approccio è certamente condivisibile seppure due parole sole non sono sufficienti ad esprimere una *vision* da condividere ai diversi livelli istituzionali – principalmente Stato, Regioni ed Enti locali - in grado di generare delle policies, articolate in una serie di passaggi coerenti e connessi e in un metodo sistemático che possa costruire le condizioni perché il patrimonio culturale possa realmente essere fattore di sviluppo, di inclusione e crescita culturale.

Pertanto la partecipazione deve presupporre un riconoscimento reale del contributo di una pluralità di attori (espressione della società civile oltre che della pubblica amministrazione), accreditati in base alla loro capacità di generare apporti culturali e sociali, e caratterizzare la pianificazione oltre che la gestione.

1. Partecipazione come pluralismo

Partecipazione implica innanzitutto il riconoscimento di una pluralità di soggetti che possono prendere parte, secondo la definizione dell'Enciclopedia Treccani, “a una forma qualsiasi di attività, sia semplicemente con la propria presenza, con la propria adesione, con un interessamento diretto, sia recando un effettivo contributo al compiersi dell'attività stessa”. Questa definizione, per quanto qui interessa, ci dice che un soggetto da solo non può mettere a valore il patrimonio culturale che, in quanto bene comune, presuppone la messa a valore nell'interesse generale che si realizza con il contributo o la adesione di una pluralità di soggetti. Questo ritengo sia anche il senso della Convenzione di Faro (Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la Società, CETS no. 199, 18/03/08 Faro, 27.X.2005) che nella

Parte III, non a caso titolata Responsabilità condivisa nei confronti del patrimonio cul-turale e partecipazione del pubblico, all'art. 11 prevede : *“ Nella gestione del patrimonio culturale, le Parti Firmatarie si impegnano: a) a promuovere un me-todo integrato e bene informato da parte delle istituzioni pubbliche in tutti i set-tori e a tutti i livelli; b) a sviluppare il contesto giuridico, finanziario e professio-nale che permetta l'azione congiunta di autorità pubbliche, esperti, proprietari, investitori, imprese, organizzazioni non governative e società civile; c) a svilup-pare metodi innovativi affinché le autorità pubbliche cooperino con altri atto-ri.....”*

Ma la stessa definizione vista ci dice anche che la modalità di partecipazione può essere di diverso tipo a seconda del soggetto - dalla adesione al coinvol-gimento diretto - ma implica sempre e comunque il superamento per ognuno di un ruolo passivo, affinché si liberino quelle energie necessarie a massimizzare gli effetti della migliore integrazione possibile.

E quindi, se l'interesse generale è più ampio di un singolo risultato, il cittadino oggi non può essere solo un fruitore passivo ma deve essere anche un fruitore consapevole, parte attiva di un processo di crescita e scambio culturale, così come l'impresa non può essere solo un finanziatore o un mero costo - minore quanto più possibile - ma è chiamata ad essere un partner qualificato che ap-porta competenze al sistema e che assume responsabilità rispetto al proprio ruolo, come il far crescere l'occupazione qualificata, contribuire a migliorare il contesto in cui opera, offrire servizi innovativi e di qualità. Un contributo quello dell'impresa che deve essere non ostacolato ma favorito e al contempo monito-rato: compito del pubblico non sarebbe, a mio avviso, né lasciar fare né fare ma far fare e quindi definire le prospettive, gli obiettivi e mettere in campo indicatori - non solo economici - che misurino per tutti i soggetti sia pubblici che privati, il loro effettivo raggiungimento.

Anche la Corte dei Conti recentemente - deliberazione 4 agosto 2016, n. 8/2016/G - nell'affrontare il tema del partenariato pubblico-privato nei processi di valorizzazione dei beni culturali, ha riconosciuto come fondamentale un ap-proccio di “partecipazione plurale”, sostenendo che: *“L'approccio tradizionale, basato sull'intervento pubblico, ha, tuttavia, progressivamente mostrato la sua inidoneità a consentire un effettivo appagamento dei bisogni culturali della col-lettività, e ciò a causa di una serie di fattori concomitanti.*

In primo luogo, il pro-gresso economico e sociale ha determinato l'insorgere di interessi culturali in fasce sempre più estese della popolazione, con conseguente moltiplicazione della domanda e, in particolare, di servizi e prodotti culturali. In secondo luogo, è emersa la consapevolezza secondo cui la mano pubblica non è in grado di fare fronte, da sola, alle molteplici esigenze che esprime la società contempo-ranea; è, quindi, necessario che l'apparato pubblico venga affiancato dal sup-porto proveniente dal mondo dei privati. In terzo luogo, la sinergia tra operatori pubblici e privati è senz'altro favorita dallo sviluppo di nuove tecnologie, assolu-tamente impensabili fino a pochi decenni fa, le quali rendono possibili nuove forme di godimento e di fruizione dei beni culturali, secondo modalità innovative rispetto al passato. In questo panorama, caratterizzato dall'affievolimento degli stanziamenti pubblici, si rende, evidentemente, sempre più necessario il ricorso al contributo dei privati.”

L'idea della partecipazione “ciascuno per la propria parte” l'aveva chiara ancor prima il Costituente che all'art. 41 della Carta Costituzionale prevedeva “L'ini-ziativa economica privata è libera./ (Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità uma-na.)/ La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività eco-nomica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali.”

2. Una nuova metodologia di qualificazione e rendicontazione

Per dare sostanza ai controlli citati dal Costituente, occorre quale ulteriore poli-cy che la partecipazione sia affiancata da una nuova metodologia di qualifica-zione e rendicontazione degli impatti, propria del settore culturale. Tale meto-dologia potrebbe valorizzare l'apporto di tutti i soggetti attivi nel settore, pro-muovendone una corretta sussidiarietà che, facendo leva proprio sulle diverse finalità e caratteristiche, contribuisca ad uno sviluppo dello stesso in ottica di sostenibilità diffusa e di approccio collaborativo.

Secondo la mia esperienza, la metodologia in questione dovrebbe però tenere conto del valore di una pluralità di soggetti non in base a vecchi schemi concet-tuali - ad esempio la dicotomia tra pubblico e privato - ma in riferimento al con-cetto di accountability, ossia alla misurazione dei diversi tipi di utilità pubblica che responsabilmente ciascun soggetto è in grado di assicurare:

- l'impatto economico che valuterà la capacità di creare valore ma anche di redistribuirlo nel territorio, in specie attraverso l'occupazione e gli investimenti;
- l'impatto sociale che misura la capacità di coinvolgere la comunità locale in un'ottica di crescita di cittadinanza;
- l'impatto operativo che misura la capacità di alimentare qualità ed efficienza nella soddisfazione di una domanda in evoluzione;
- infine l'impatto culturale che, semplificando, si riferisce alla crescita culturale e quindi alla capacità della cultura di produrre valori.

CoopCulture, probabilmente primo tra gli attori del settore culturale, già da alcuni anni redige un Rapporto di Sostenibilità annuale che monitora e rendiconta tali impatti attraverso i quattro "pilastri" della sostenibilità.

Una griglia di classificazione costruita sulla base di questi ultimi, in un sistema "pluralmente" partecipato, ha il pregio di non escludere nessun soggetto e di far emergere le potenzialità che potrebbero scaturire dalla collaborazione tra tutti. Ed ha anche il pregio di far risaltare come la forma d'impresa cooperativa sia probabilmente l'unica in grado di assicurare il miglior equilibrio tra tutti gli indicatori, in quanto pone al centro la crescita della Persona, è naturalmente vocata alle Partnership, e restituisce Prosperità ai territori in cui opera e nei quali è fortemente radicata. E' questo peraltro un approccio in linea con i principi ispiratori dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile che si focalizza sull'integrazione economica, sociale, ambientale e di governance dello sviluppo, e invita tutti i Paesi ad attivarsi in un percorso di sviluppo ispirato alle cd. cinque "P"- Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership".

3. La pianificazione partecipata per la crescita del benessere diffuso

Tornando all'art. 41 della Costituzione, se da una parte i controlli richiedono una preventiva definizione di indicatori, come abbiamo visto, i programmi richiedono indirizzi e coordinamento a fini sociali. Ed è esattamente questo l'apporto al settore che potrebbe essere dato da una valida iniziativa di pianificazione strategica in ambito culturale, che sia cioè di lungo periodo, condivisa su scala territoriale dai diversi soggetti e necessariamente intersettoriale.

Queste sono le caratteristiche che possono imprimere una svolta decisiva alla pianificazione in ambito culturale.

Gli ultimi decenni hanno visto le policies culturali misurare soprattutto quantitativamente il numero di interventi realizzati nell'ambito di restauri o inaugurazioni di nuove sedi museali o di eventi realizzati noncuranti delle ricadute: molto spesso il giorno successivo all'evento quello stesso museo veniva chiuso per assenza delle condizioni di gestione; per lo stesso motivo molti restauri e riallestimenti sono stati nuovamente sottoposti al degrado dell'incuria e dell'assenza di fruizione. Anche più di recente, i cosiddetti musei autonomi hanno visto crescere l'importanza dell'indicatore quantitativo che, a ben vedere, può essere addirittura dannoso rispetto ad un sistema come quello nel quale ci troviamo ad operare. I dati Mibact 2015 mostrano come i primi 15 siti in termini di visitatori - poco più del 5% dei 278 siti con ingresso a pagamento - hanno raccolto più del 70% dei visitatori paganti e quasi l'80% degli introiti lordi, mentre Colosseo, Pompei, Uffizi e Accademia a Firenze, da soli, ne raccolgono quasi il 50%. Ora, se diamo per assunto che questi quattro siti non possono crescere ulteriormente perché la loro capienza e capacità di carico non è infinita, è evidente l'urgenza di un cambio di prospettiva che guardi piuttosto ad un'offerta più ampia e accessibile, alla differenziazione dei percorsi di visita e dei modi di fruizione.

Ma mentre gli effetti "quantitativi" immediati possono essere ottenuti anche con singole iniziative innovative (aperture gratuite, eventi straordinari), risultati come quelli desumibili dagli obiettivi di Europa Creativa 2014-2020 - capacità di espandere e diversificare il pubblico, rinnovarne la partecipazione, coinvolgere la comunità scientifica e la comunità locale - quelli più ampi di welfare, pure presenti in parte nella strategia di Europa 2020 - capacità di generare occupazione qualificata e nuove competenze, di creare network territoriali, di aumentare il valore aggiunto tangibile e intangibile in una filiera più complessa di attività - richiedono una strategia di medio lungo periodo e una condivisione con gli altri soggetti del territorio.

Questo approccio guarda infatti non ai risultati di breve periodo generati sul singolo luogo ma al contributo ad una trasformazione profonda e positiva di un intero contesto.

Una corretta pianificazione presuppone quindi un orizzonte temporale più ampio ed un approccio inclusivo dei tanti diversi attori che compongono un contesto territoriale.

Non è casuale ad esempio che, da questo punto di vista, la maggior parte dei Piani di gestione Unesco non sia stata capace di

generare benefici nel territorio circostante, in quanto concentrata soprattutto sulle necessità di tutela, conservazione e riapertura del singolo luogo, ma poco rivolta a definire interventi strutturali ed infrastrutturali del territorio circostante in grado di accelerare lo sviluppo del sistema produttivo.

La pianificazione è quindi a mio avviso, sulla base dei dati d'esperienza che ho potuto fin qui acquisire, un processo partecipato necessario per definire una strategia e per assumere decisioni sulla allocazione di risorse che altrimenti, come è stato per molto tempo, possono andare sprecate. Sprecate sono infatti le risorse che rifunzionalizzano un museo se non esiste una strada agevole per arrivarci, sprecate sono pure le risorse destinate alla creazione di start-up culturali e creative laddove non ci sono contesti territoriali adeguati (strutture, infra-strutture, armature..) affinché quelle imprese non solo nascano ma riescano a crescere ed a prosperare. A tal fine, meglio sarebbe supportare la creazione di filiere in grado di collegare le diverse imprese di un territorio. Analogamente i grandi musei italiani diventati autonomi nella gestione soffrono di una "solitudine", contro la quale non basterà l'ampliamento di personale, ma servirà il coordinamento con tutti gli attori istituzionali del territorio, oltre che un partner privato che sia più di un buon fornitore. Il concetto è allo stesso modo valido con riguardo al patrimonio diffuso. In tutti questi casi, parole come cooperazione, integrazione, sinergia possono fare la differenza: se lo Stato crea le condizioni di contesto, le imprese possono fare economie di scala e costruire filiere e creare effetti moltiplicatori innescando una crescita diffusa e sostenibile.

Allora se sono chiari gli elementi da porre a base del modello (partecipazione nel senso visto, cooperazione tra i diversi attori nel senso visto) deve essere altrettanto chiaro che questi elementi non vanno tenuti in conto solo "a valle" del processo con strategie nate altrove e calate dall'alto ma vanno tenuti ancor più in conto in fase di pianificazione strategica territoriale: è qui - attraverso appunto l'ascolto e la partecipazione - prima che nella fase di gestione - attraverso la collaborazione in forme di partenariato evolute che occorre vi sia condivisione tra enti pubblici, sistema produttivo e cittadini.

4. Nuove regole di partenariato pubblico privato per una nuova governace

Per fare questo occorrono nuove regole di collaborazione tra tutti i soggetti in campo.

In questa direzione il Mibact ha intrapreso un importante percorso, promuovendo forme di progettazione integrata per le Regioni del Sud Italia (come testimoniato dal Piano di Azione e Coesione 2007/2013, “Interventi per la valorizzazione delle aree di attrazione culturale” linea 2, “progettazione per la cultura”) cogliendo l’esigenza di far nascere dal basso una governance collaborativa ed un più ampio partenariato su scala territoriale, al fine di superare frammentarietà e sovrapposizione degli attori pubblici e coinvolgere partner privati anche nella fase di progettazione. Ma è proprio nel rapporto con i privati del settore che andrebbero compiuti altri passi, in avanti e non certo all’indietro, attingendo agli strumenti previsti dal nuovo Codice dei Contratti Pubblici (art. 15 e ss.) che non a caso individua il partenariato come modello principale di governo dei beni culturali.

Benché tra gli “osservatori” questa consapevolezza va sempre più diffondendosi, la fotografia del settore oggi resta tutt’altro che incoraggiante. Come ben osserva Pietro Pietrarola nel suo contributo al Convegno “Individuazione e tutela dei beni culturali. Problemi di etica, diritto ed economia” (Milano, 7 aprile 2016), *“... rimane tuttavia evidente che l’apporto “privato” fatica molto a tradursi in vero partenariato con enti pubblici, perché resta comunque per lo più confinato a quello “esterno” di mero fornitore di beni e servizi alla pubblica amministrazione, ovvero di fonte di risorse a vario titolo (sponsor, mecenate, fondazioni ex bancaria...), frequentemente fuori da azioni di programmazione per interventi di impatto territoriale; sostanzialmente inattivata resta infatti quella forma di coinvolgimento maggiormente cooperativo e più paritario, che invece è evocata proprio nel Codice BCP all’art. 111, laddove affiora la possibilità per enti pubblici e soggetti privati di convergere corresponsabilmente verso la coproduzione di numerose e differenti azioni di valorizzazione, quali ad esempio la «costituzione ed organizzazione stabile di risorse, strutture o reti, ovvero» la «messa a disposizione di competenze tecniche o risorse finanziarie o strumentali»: azioni, queste, enunciate certo in termini generali, ma tali da suggerire un più vero partenariato strutturato, non occasionale soltanto, tra soggetti pubblici e privati in fase sia di progettazione che di attuazione. La norma arriva a indicare,*

pur restando finora purtroppo senza concrete conseguenze, che «la valorizzazione ad iniziativa privata è attività socialmente utile e ne è riconosciuta la finalità di solidarietà sociale»: espressione che induce legittimamente ad attendersi un futuro completamento in altra sede normativa, ad esempio in analogia a quanto in via ordinaria è previsto a favore delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale (onlus).

Nuove regole potrebbero però oggi scaturire da una rilettura congiunta del Codice dei Beni Culturali e del Nuovo Codice dei Contratti Pubblici che già tanto aprono concettualmente a nuove forme di programmazione e gestione.

L'art 112 del Codice dei Beni Culturali ha previsto la stipula di accordi tra enti pubblici e privati - anche mediante la costituzione di soggetti giuridici ad hoc - finalizzati all'elaborazione di piani strategici per lo sviluppo culturale e programmi, relativamente ai beni culturali di pertinenza pubblica, che possano comprendere la cooperazione dei settori produttivi collegati. La norma reca con sé il limite per cui la gestione dei servizi di valorizzazione può avvenire solo tramite lo strumento della concessione (ex art. 115) escludendo così chi partecipa alla elaborazione dei piani strategici dalla gestione della valorizzazione.

Oggi, l'art. 151, comma 3 del d.lgs. 50/2016 prevede invece la scelta del contraente privato attraverso la procedura semplificata prevista per i contratti di sponsorizzazione e/o attraverso altre forme semplificate di scelta e quindi finalmente consente di partecipare sia alla fase di progettazione che a quella di gestione della valorizzazione.

L'operatore privato specializzato nella gestione e nella valorizzazione potrebbe così acquisire un ruolo centrale nel sistema cultura, in quanto in grado di colmare quello "spazio di mezzo" tra le istituzioni e il territorio, in termini di lettura dei bisogni da un lato e capacità di formulare risposte ad essi adeguate dall'altro, e lo è ancor più se di natura cooperativa in quanto in questo caso caratterizzato dalla capillarità e dal radicamento territoriale, dall'apertura alla comunità locale, dalla mission sociale e dalla "naturale" capacità di networking.

5. Conclusioni

Il partenariato è allora strumento assolutamente indispensabile per superare quella frammentarietà tutta italiana - proliferazione non coordinata di enti e di programmi, iperproduzione normativa – che impone con urgenza un approccio sistemico e integrato quale unica soluzione possibile.

Tale approccio infatti ha come attributo quello della responsabilità del proprio ruolo che ciascuno dei soggetti, più o meno direttamente coinvolti o interessati al peso della cultura, avrebbe dovuto assumere ormai da tempo, rinunciando ad una visione egoistica e competitiva concentrata sulla proprietà dei beni piuttosto che sul loro uso, sulla quantità di risorse singolarmente destinate piuttosto che ad investimenti infrastrutturali e strategici, e così via.

Le riflessioni sin qui condotte prospettano dunque la necessità di un sistema “plurale” regolato da rapporti di sussidiarietà/partenariato tra i diversi soggetti, secondo un modello di governance collaborativo assolutamente innovativo che dovrebbe essere contestuale, anzi presupposto/antecedente, al successo di qualsiasi intervento a favore del patrimonio e dell’impresa culturale, producendo esiti di crescita di lungo periodo in una prospettiva più ampia ed inclusiva che metta finalmente insieme l’ottica del pubblico, della comunità locale e del territorio.

Claudio Bocci

L'OFFERTA MUSEALE NEL QUADRO DELLA VALORIZZAZIONE INTEGRATA DEI TERRITORI

Il ciclo di programmazione 2014-2020 è, finalmente, entrato in piena operatività e le risorse finanziarie che metterà in campo saranno ossigeno per un settore, quale quello culturale, che non riesce a posizionarsi adeguatamente nelle priorità degli investimenti pubblici. D'altra parte, non si può non riconoscere la difficoltà che gli approcci fin qui seguiti nella spesa in cultura abbiano in termini di ricadute per le comunità locali. In effetti, la vera criticità della spesa destinata alla cultura riguarda non soltanto la quantità di risorse ma la sua qualità, soprattutto nell'ottica ormai imprescindibile di tenere insieme tutela, valorizzazione e gestione del patrimonio culturale, superando un approccio puntuale e favorendo, viceversa, un percorso integrato e partecipato, sostenuto da valide partnership tra pubblico e privato.

È infatti l'assenza di progetti di qualità che affrontino in chiave di sostenibilità il problema della gestione, ad ostacolare il reale decollo sul territorio di imprese culturali. L'esperienza delle Aziende associate a Federculture dimostra che è possibile fare impresa culturale in modo efficiente e sostenibile e, spesso, in collaborazione con il Privato. Con una gestione imprenditiva – che caratterizza alcune delle eccellenze dell'offerta culturale italiana (quali la Fondazione Musica per Roma, che gestisce l'Auditorium di Renzo Piano, la Triennale di Milano, le fondazioni dei musei civici di Torino, Venezia o Brescia, soltanto per citare le più importanti) così come alcune esperienze di area vasta (la Fondazione Musei Senesi o la Parchi Val di Cornia Spa) – si dimostra che le imprese culturali possono raggiungere l'equilibrio di bilancio, attrarre quote crescenti di cittadini e turisti, e stabilire un rapporto virtuoso con una pluralità di soggetti privati.

Così la Fondazione Musei Senesi è stata insignita del Premio per le politiche di gestione, valorizzazione e promozione dei beni e delle attività culturali promosso da Federculture in collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, la Conferenza delle

Regioni, l'ANCI, l'UPI, Legautonomie, Legambiente e CTS-Centro Turistico Studentesco e Giovanile per il piano di distrettualizzazione del sistema museale senese *"Dal museo diffuso al museo partecipato"*. La Fondazione Musei Senesi, prima fondazione di partecipazione territoriale in campo museale in Italia, costituita da 43 musei diffusi nei territori della Provincia di Siena, ha profondamente riorganizzato la propria struttura e ridefinito la propria mission, trasformandosi in "Distretto culturale territoriale" al fine di realizzare un modello di gestione sempre più partecipata, in grado di valorizzare le specificità e gli obiettivi delle comunità locali e delle amministrazioni di ogni ambito territoriale della provincia. L'obiettivo del progetto, fin qui raggiunto, è trasformare il museo da mero "centro di costo" ad occasione occupazionale e di sviluppo sociale, educativo ed economico; dare vita a musei accessibili, accoglienti, capaci di erogare servizi culturali di qualità, in cui il visitatore è al centro di tutte le attività.

Una delle esperienze più stimolanti da cui trarre ispirazione è quella che ha interessato l'area intorno a Piombino, in provincia di Livorno; indebolito dalla violenta crisi industriale del settore siderurgico, il territorio ha saputo imboccare un interessante percorso di riconversione anche economica puntando sulla valorizzazione delle risorse culturali e naturali. In particolare, 5 amministrazioni comunali, associate in Unione di Comuni e capofilate da Piombino, hanno condiviso un unico piano regolatore e un unico progetto di sviluppo territoriale attraverso la tutela e la valorizzazione di un articolato sistema di parchi naturali, dell'area archeologica etrusca di Populonia (affidata in concessione dallo Stato) e dal parco archeominerario di San Silvestro, ricavato da un'antica miniera di ferro. L'ulteriore e decisiva scelta, poi, fu quella di costituire, nel 1993, una società per azioni a capitale pubblico-privato, la Parchi Val di Cornia spa, che, organizzata e gestita come un'impresa privata, ha saputo trarre valore dalle risorse del territorio creando nuova occupazione e raggiungendo l'equilibrio tra costi e ricavi. Non solo; grazie al nuovo attrattore culturale e turistico rappresentato dal sistema d'offerta sorto in Val di Cornia, la nuova Società ha reso possibile la nascita di un vero e proprio ecosistema turistico-culturale di circa 30 nuove aziende (ristorazione, ospitalità, servizi) che hanno creato oltre 500 nuovi posti di lavoro. È interessante notare che l'esperienza della Val di Cornia è stata un punto di riferimento di una innovativa linea di programmazione territoriale adottata recentemente dalla Regione Puglia: i SAC-Sistemi

Ambientali e Culturali, con i quali si incoraggiano amministrazioni comunali contigue a condividere la programmazione territoriale e paesaggistica e, possibilmente, a gestire in forma unitaria le risorse del territorio. Anche l'esperienza dei SAC, tuttavia, dimostra che fare buona progettualità, specie in chiave gestionale, non è semplice e necessita di una visione condivisa tra gli *stakeholders*, pubblici e privati, presenti sul territorio, e di approfonditi studi di fattibilità che integrino diverse competenze e discipline. Si tratta, dunque, di un processo lungo, complesso e costoso che, per sua natura, coinvolge diversi livelli istituzionali, impatta fortemente sugli assetti di *governance* tra pubblico e privato e deve poggiare sulla verifica di una reale sostenibilità economico-finanziaria.

L'onere economico per la realizzazione di tali Studi difficilmente può essere affrontato dalle amministrazioni locali, le quali hanno già notevoli difficoltà a mantenere il loro patrimonio e stentano ad impegnare risorse per progettare il loro futuro. È per questo che va salutato con grande interesse lo sviluppo del recente Avviso del Mibact con cui si promuove l'Azione 'Progettazione per la cultura' che destina 5,6 milioni di euro per favorire l'innalzamento della qualità progettuale volta a migliorare le condizioni di offerta e di fruizione del patrimonio culturale di ambiti territoriali di area vasta, in raccordo con l'attuazione della programmazione 2014-2020. Per la prima volta il Mibact destina risorse alla realizzazione di iniziative di sostegno alla predisposizione di progetti integrati di conservazione, fruizione e valorizzazione, anche a fini turistici, di ambiti territoriali di almeno 150.000 abitanti. Il provvedimento – da tempo fortemente sostenuto da Federculture¹ e più volte rilanciata nelle 'Raccomandazioni' di diverse edizioni di Ravello Lab-Colloqui Internazionali – costituisce una rilevante innovazione che impegna i territori a superare l'approccio puntuale invitandoli a sforzarsi di condividere una strategia d'area vasta e un reale progetto di sviluppo a base culturale, saldamente agganciato ad un modello gestionale sostenibile.

Obiettivo fondamentale dell'iniziativa è quello di elevare la qualità della progettazione delle amministrazioni pubbliche locali in

1 Cfr. Claudio Bocci, "Progettualità, un fondo per sostenerla", Il sole 24 ore Domenica, 11 marzo 2012 pag. 37

campo culturale, con particolare riferimento ad ambiti territoriali che possiedono radici identitarie comuni, al fine di favorire processi di integrazione e gestione delle risorse territoriali condividendo una *governance* unitaria e favorendo un proficuo partenariato tra pubblico e privato. In particolare, l'iniziativa mira a sostenere lo sviluppo di proposte progettuali presentate dai Comuni, finanziando la successiva predisposizione di progetti integrati di scala territoriale/locale. Il risultato atteso è quello della definizione partecipata di strategie a beneficio dei territori che, facendo perno sulle dotazioni di patrimonio culturale ed in generale sulle risorse che caratterizzano ambiti territoriali vasti, siano in grado di individuare specifiche linee progettuali coerenti con le programmazioni dei fondi nazionali e comunitari, nella prospettiva di migliorare la fruizione e la gestione del patrimonio culturale anche a fini turistici.

La misura, introdotta dal Mibact, in collaborazione con l'Anci, utilizza risorse della Politica di Azione e Coesione e mira a superare le principali criticità che fino ad ora hanno impedito di valorizzare efficacemente le cospicue risorse culturali del nostro Mezzogiorno, a partire dalla scarsa propensione, a livello locale, a collaborare nella definizione di comuni strategie di valorizzazione del patrimonio culturale e nell'individuare realistici piani di gestione che, in collaborazione con il privato, siano in grado di assicurarne la sostenibilità economica. All'Avviso hanno risposto 59 raggruppamenti di Comuni di tutte le regioni destinatarie del provvedimento (Campania, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia) in rappresentanza di un partenariato istituzionale molto ampio che si è misurato con una modalità innovativa di finalità strategiche e di assegnazione di risorse. L'importo finanziabile ammonta ad un massimo di 300.000 euro per ciascuno dei 19 progetti ammessi che vedono in testa la Puglia, con 7 progetti, Campania e Sicilia, con 4 progetti, Calabria 3 progetti e Basilicata 1 progetto. Nonostante le difficoltà, i Comuni coinvolti nel percorso progettuale hanno mostrato di apprezzare lo spirito del bando e si sono sforzati di superare particolarismi e localismi, in molti casi, coinvolgendo anche l'amministrazione periferica del Mibact, titolare dei grandi attrattori culturali di cui è ricco il nostro Mezzogiorno.

Anche grazie a questa misura è cresciuta la consapevolezza che la sfida posta dal processo di sviluppo dei territori può essere superata e vinta solo se si afferma una *governance* che promuova e consolidi una cultura di pianificazione strategica e di progettazione integrata

e partecipata tra diversi livelli istituzionali che, sola, può favorire una reale innovazione nel processo di valorizzazione delle risorse culturali centrata sulla gestione sostenibile delle risorse. Il risultato atteso dal poderoso sforzo messo in campo dai territori, dunque, è quello di promuovere nuovi modelli di gestione (pur previsti dal Codice dei Beni Culturali del 2004 ma che fanno fatica ad emergere) e favorire la produzione di valore attraverso nuove imprese culturali. In attesa dell'operatività dei progetti finanziati, l'auspicio è che l'Avviso Mibact 'Progettazione per la Cultura' rappresenti un punto di non ritorno negli investimenti nel settore culturale agganciando stabilmente la spesa di tutela e salvaguardia del patrimonio a solidi piani di gestione sostenibile da condividere tra i diversi livelli istituzionali e tra pubblico e privato. Proprio in ragione della rilevanza metodologica dell'approccio integrato in chiave gestionale, Federculture sta lavorando per estendere l'innovativa modalità d'intervento anche alle regioni del Centro-Nord. Peraltro, l'approccio integrato, in grado di sollecitare anche la partecipazione dei cittadini, è la caratteristica distintiva del Programma Capitali italiane della cultura la cui giuria di selezione, a gennaio scorso, ha designato Palermo per il 2018.

Dalle migliori esperienze europee emerge, infatti, la positività di una modalità di pianificazione strategica che, ponendo al centro dello sviluppo urbano un progetto culturale, è in grado di integrare altre dimensioni di intervento: dalle infrastrutture alla mobilità, dalla riconversione delle aree industriali dismesse all'intervento sulle periferie, dall'ospitalità ai servizi evoluti per la fruizione culturale destinati a cittadini e turisti. La convinzione che si sta facendo strada è che, al di là del comprensibile interesse della città designata, il valore della misura risiede nella progressiva introduzione, nelle città che intendono misurarsi con il percorso di candidatura, di un processo '*bottom-up*' che favorisce l'affermazione di un orientamento a metodiche di pianificazione strategica a base culturale, in grado di ripensare la città e proiettarla verso un modello di sviluppo più aderente alle sfide dell'economia della conoscenza, tipico delle società post-industriali.

Con il modello ECoC - *European Capital of Culture*, infatti la cultura cessa di essere un ambito 'settoriale' di competenza di una delega assessorile e diventa una piattaforma di intervento in cui l'intera Amministrazione si mette in gioco con l'ambizioso obiettivo di ridisegnare il volto della città attraverso un intervento progettuale

interdisciplinare in grado di coinvolgere il mondo della ricerca, di attivare un proficuo rapporto tra pubblico e privato, di alimentare il ruolo innovativo delle industrie creative, di assicurare l'attiva partecipazione dei cittadini, la cui *legacy* resterà comunque patrimonio dell'intera comunità. Da questo punto di vista, assume un rilievo assai interessante la qualità del progetto culturale al centro del processo di pianificazione strategica al fine di porre in relazione la specifica offerta museale di un territorio in relazione con l'ecosistema di attività e di servizi funzionali all'esperienza culturale dei cittadini e dei turisti.

È in questa prospettiva che deve crescere la consapevolezza della necessità di una progressiva 'cultura di gestione' che affermi un nuovo profilo di imprese culturali, imprenditive, innovative e sostenibili, in grado di cogliere gli obiettivi di partecipazione e di coesione sociale propri delle politiche culturali e che, per questo, si distinguano dalle imprese creative rispetto a cui sono complementari. Anche al fine di far emergere la centralità del tema della gestione come anello mancante tra tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e dell'offerta museale in particolare, Federculture, insieme ad AGIS, Alleanza Cooperative e Forum del Terzo Settore, promuove la Conferenza Nazionale dell'Impresa Culturale, in programma a L'Aquila il 5 luglio p.v. Sarà un'occasione per riflettere sui temi che riguardano i processi di valorizzazione delle risorse dei territori anche in chiave turistica e, anche per questo, è prevista una larga partecipazione delle Amministrazioni pubbliche rappresentate dall'Anci e dalla Conferenza delle Regioni.

Francesco Mannino

APPUNTI PER UN NUOVO WELFARE CULTURALE

Secondo i rapporti Symbola e Federculture il settore culturale e creativo è in buona salute, a giudicare dallo spazio che esso occupa nella produzione di valore aggiunto e nella occupazione sul totale italiano (ambedue il 6,1%), o dai dati del turismo culturale in crescita. Ambedue le organizzazioni danno risalto ai dati economici legandoli ad un auspicio di generale crescita del sistema Paese, comprese le sue relazioni sociali. Dati simili, ma illustrati in chiave di performance politica, sono spesso esibiti sui report periodici di enti pubblici locali e nazionali. Numeri e grafici su quanto funziona bene il sistema del verybello italiano.

Ma se un attimo, solo per poco, distogliamo lo sguardo dai numeri dell'economia, dal bisogno irrequieto di trovare ennesime risposte economiche alle tante questioni che pone una crisi che non è solo economica, e se per un momento ci chiedessimo se i bisogni delle nostre comunità non sono solo quelli di trovare nuove fonti di reddito? Le cui forme, distribuzioni e concentrazioni dovrebbero essere anch'esse oggetto di analisi altrettanto approfondite e laiche, pena la rincorsa a nuovi miti industriali che in Italia, fin ora, hanno prodotto solo consumo frenetico di risorse, di luoghi e di persone. E se il richiamo costante alla cultura come forma di coesione sociale (Presidente Mattarella, Mantova 2016¹) e nuovo *welfare culturale* non fosse solo una nuova retorica pubblica, ma la percezione che servono nuovi strumenti per pensare al futuro, attraverso nuove forme di consapevolezza e cittadinanza?

Scriva Tomaso Montanari (a proposito della Riforma Franceschini, ma qui direi a proposito del ruolo sociale del patrimonio culturale): «In gioco non c'è la dignità dell'arte, ma la nostra capacità di cambiare il mondo. Il patrimonio culturale è una finestra attraverso

1 <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2016-11-11/mattarella-non-separare-competitivita-e-coesione-sociale-124739.shtml?uuiid=ADrHqktB>

la quale possiamo capire che è esistito un passato diverso, e che dunque sarà possibile anche un futuro diverso. Ma se lo trasformiamo nell'ennesimo specchio in cui far riflettere il nostro presente ridotto ad un'unica dimensione, quella economica, abbiamo fatto ammalare la medicina, abbiamo avvelenato l'antidoto²».

L'assenza di questa consapevolezza che solo il patrimonio culturale può aiutarci a costruire è una delle componenti del drammatico fenomeno della povertà educativa, da anni indagata da Save the Children con il Rapporto "Illuminiamo il futuro" e al centro di un bando della Impresa Sociale "Con i bambini" per il suo contrasto profondo e strategico. In Sicilia (con la Calabria e la Campania) l'80% dei minori non legge libri, non va nei musei o ai concerti o al teatro, non pratica sport, non naviga su internet nel tempo libero. In generale, nel 2016 l'isola è al primo posto per Indice di Povertà Educativa (IPE)³, intrinsecamente legata alla povertà assoluta delle comunità locali. Una condizione letteralmente disarmante, che priva una ampia fetta della popolazione di strumenti di comprensione del sé, del proprio essere parte di una o più comunità, della complessità di una storia lunga che porta in sé tante delle risposte che cerchiamo ogni giorno per affrontare la vita e costruire altri futuri possibili.

Ma la bassissima partecipazione culturale trova purtroppo terreno fertile nelle tante e ben assortite barriere di cui il patrimonio culturale è ricco. E non mi riferisco solo alle barriere architettoniche, ancora presenti malgrado le normative; quanto a quegli invisibili impedimenti che tengono lontana tanta, troppa gente dalla possibilità di scegliere se avvicinarsi, usufruire o contribuire ai prodotti della cultura, che siano arti performative o luoghi. Barriere economiche, sociali e cognitive che ancora oggi tengono distanti ampie porzioni di popolazione da musei, teatri, concerti o biblioteche perché troppo costosi, troppo aristocratici, troppo colti o troppo incomprensibili.

Insomma, verrebbe da che se la partecipazione culturale in Italia

2 T. Montanari, "La diaspora del Pd, vi prego, cancelli anche la riforma Franceschini sui beni culturali", L'Huffington Post, 24/02/2017 http://www.huffingtonpost.it/tomaso-montanari/contro-riforma-cultura-franceschini_b_14990192.html.

3 <https://www.savethechildren.it/sites/default/files/files/uploads/pubblicazioni/liberare-i-bambini-dalla-poverta-educativa-che-punto-siamo.pdf>

si ferma al 27,9%⁴, questo non è una conseguenza della povertà assoluta e della connessa povertà educativa, ma una concausa e sicuramente una delle sue manifestazioni. Una concausa di cui il cosiddetto mondo culturale è in parte responsabile, disinteressato alle domande sulle barriere e sugli ostacoli alla partecipazione culturale, perché troppo attento a piangere i fasti che furono e che non sono più o altrimenti a sognare nuove creative forme per la profittabilità intensiva del settore.

E' necessario che in questa fase ci si ponga invece il tema dell'accesso, connettendolo allo stato di salute dei nostri contesti sociali. Se dimostriamo che la cultura può essere un fattore di cambiamento per la qualità della vita delle persone, sia che si parli di benessere fisico e mentale che di benessere sociale e collettivo (Sacco, 2017)⁵, allora per ottenere dei risultati diffusi e perduranti in tal senso sarà necessario convertire le barriere in soglie spalancate, il respingimento culturale in accoglienza e mediazione, la ricerca scientifica e il lavoro intellettuale in comunicazione sociale. I musei divengano luoghi familiari e accoglienti, dove ogni segmento delle società che dovrebbero rappresentare si senta davvero rappresentato e accolto; le biblioteche si trasformino in piazze del sapere, luoghi di esperienza socializzante e non solo depositi inaccessibili (Agnoli, 2016)⁶; i teatri coinvolgano le creatività diffuse, non sempre istituzionale e "colta", per divenire luoghi democratici della restituzione e della distribuzione di cultura.

Un ruolo sociale della cultura insomma, dei suoi luoghi e dei suoi prodotti: che non può dirsi certo al centro delle agende e delle visioni pubbliche, così orientate all'esercizio del taglio alla spesa pubblica (quella sociale, in particolare), e indirizzate – come

4 F. Mannino, "BES: 130 indicatori raccontano l'Italia", Il Giornale delle Fondazioni 1.2017 <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/bes-130-indicatori-raccontano-l%E2%80%99italia>.

5 P. L. Sacco, "Appunti per una definizione di welfare culturale", Il Giornale delle Fondazioni 3.2017 <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/appunti-una-definizione-di-welfare-culturale-1>.

6 A. Agnoli, "Cultura in Italia: sagre della castagna o piazze del Sapere?" Il Giornale delle Fondazioni, 8.2016 <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/cultura-italia-sagre-della-castagna-o-piazze-del-sapere>

già scritto – a trasformare il patrimonio culturale in “petrolio” turistico, secondo la logica dei cosiddetti “grandi attrattori”. Resta il fatto che in Italia a farsi carico di sperimentazioni orientate a produrre impatti sociali attraverso la cultura sono prevalentemente organizzazioni private, quasi sempre del Terzo Settore culturale, frutto di aggregazioni civiche o di imprese sociali(zzanti), magari in collaborazione con pezzi del *welfare* pubblico (ospedali, carceri, scuole, musei, enti locali). Con poche o nulle risorse sperimentano, coinvolgono, magari sbagliano, ma in generale intraprendono percorsi e processi di abbattimento delle barriere, di coinvolgimento attivo, di partecipazione e co-produzione condivisa.

Ma quando queste buone (e nuove) pratiche devono pianificare il futuro delle loro azioni, pensare per visioni e missioni guardando al lungo periodo, ecco che la scure della sostenibilità economica si abbatte su di loro, almeno su quelle che non stanno vicino ai luoghi caldi della profittabilità culturale e turistica, ma tanto tanto vicine alle mille contraddizioni umane delle proprie comunità di riferimento. Non sempre un progetto culturale che pensa a cicli lunghi e a provocare impatti durevoli è un progetto che può camminare con le proprie gambe. Del resto scuole, ospedali, biblioteche e perfino musei pubblici non lo fanno, perché appartengono al sistema dei servizi che come Paese abbiamo ritenuto essenziali. A dire il vero anche il Governo Italiano ha eletto il “servizio pubblico di fruizione del patrimonio storico e artistico della Nazione” parte dei “servizi pubblici essenziali” (DL 20 settembre 2015, n. 146), ma giusto per limitarne gli scioperi del personale.

Se dovessi esprimere una richiesta, vorrei chiedere ascolto, visione e coraggio a chi questo Paese lo governa. Per ciò che concerne ad esempio i luoghi della cultura e della produzione culturale, l’ascolto non si limiti ai rapporti sui biglietti e sul fatturato, ma si cominci ad interrogare sugli impatti di lungo periodo relativi al cambiamento della vita delle persone. E da questo si costruisca una visione condivisa su cosa è prioritario oggi, e su cosa sarà utile e buono da qui a dieci anni: forse sostenere un museo che fa tanto con la sua comunità ma non tanto al suo box office potrebbe contribuire a fare in modo che chi ha oggi 10 anni tra altri dieci abbia una vita diversa, fatta di consapevolezza e relazioni umane più ricche, e di riferimenti urbani più solidi. Forse la vita di chi è ammalato o convive con una disabilità sarà un po’ meno dura, anzi più vivibile. Forse un giovane adulto finito in galera avrà un motivo in più per non commettere di

nuovo un reato, una volta uscito. Forse un cittadino di altri paesi del Mondo finito in Italia più per necessità che per scelta comprenderà meglio chi sono i suoi nuovi concittadini e come costruire un nuovo rapporto con loro. Forse. Ma è questo il motivo per cui fare scelte grandi e pubbliche, con coraggio: avere un senso del possibile per le proprie comunità su cui scommettere, e poi perseguire con perseveranza il sogno di quel “futuro diverso” di cui parlava Montanari.

Ilda Curti

CULTURA, COMUNITA', PARTECIPAZIONE: RIBALTARE IL PARADIGMA PER COSTRUIRE FUTURO

*Per fare un prato occorrono un trifoglio e un'ape,
Un trifoglio e un'ape
E il sogno.
Il sogno può bastare
Se le api sono poche.*

Emily Dickinson

A chi appartengono le istituzioni e i beni culturali?

La risposta, ovvia, è che essi appartengono alla loro comunità di riferimento. Ne sono rappresentazione simbolica, memoria, trasmissione, luoghi di produzione di senso collettivo.

Questo è l'assioma da cui si parte, generalmente.

Sento l'esigenza e l'urgenza di riflettere su questo assioma perché ho l'impressione che non sia più sufficiente e ci costringa ad una guerra di retrovia, di difesa. Ci impone di usare gli indicatori del PIL per giustificare l'importanza degli investimenti in cultura. Ci affanna nel dimostrare che la cultura produce ricchezza e non va contrapposta agli asili nido.

In questa guerra, sia chiaro, vincono gli asili nido e gli ospedali, semplicemente perché rispondono a bisogni che non hanno bisogno di politiche di audience engagement.

Credo che un punto di partenza possa essere l'interrogarsi sulla geografia sociale di riferimento delle istituzioni culturali, così da articolare – anche in modo impertinente e fastidioso – un pensiero divergente che allarghi lo sguardo per poi riportarlo a fuoco.

Intanto, quando parliamo di Istituzioni culturali, a cosa facciamo riferimento? Musei, Biblioteche, Teatri, centri culturali, patrimonio materiale e immateriale.

Sono i luoghi dove si fruisce/produce cultura. Codificati per rappresentare lo spazio semantico della cultura nelle sue forme articolate ma perimetrare da un confine che segna il dentro ed il fuori. Però lo spazio pubblico delle città non è esso stesso spazio culturale? Le piazze, gli angoli di strada, il paesaggio, l'immaterialità delle relazioni tra simili e differenti che si incontrano e scontrano nello spazio pubblico non sono essi stessi luoghi di produzione culturale, di nuovi linguaggi e nuovi punti di vista?

Nell'ecosistema dei territori della contemporaneità la biodiversità culturale, sociale, di accesso economico alle risorse – che piaccia o no – ha prodotto e produce nuovi significati che stentano a riconoscersi, *hic et simpliciter*, in ciò che riteniamo rappresentare una comunità.

E' il significato stesso di comunità che diventa terreno sdruciolevole di interpretazione. Ci sono le comunità di prossimità – quelle che vivono il destino di essere nello stesso spazio durante lo stesso tempo. Le comunità di saperi, che hanno gli strumenti e le competenze per fruire cultura. Esistono le comunità di interessi, che condividono un approccio o uno sguardo sul mondo.

Poi, ci sono le comunità del disinteresse, quelle ignorate, quelle che ignorano. Quelle che lambiscono lo spazio pubblico delle città, che abitano altri significati culturali. Sono i lontani. Sono gli assenti dallo spazio codificato della cultura rappresentata.

Tendiamo a metterli in un spazio omogeneo di non-pubblico. Li targhettizziamo: gli immigrati, i giovani. Ciascuno nel suo confine di non pubblico, da avvicinare tirandoli dentro. Non chiedendoci mai se è il caso di cercarli fuori: in quello spazio indeterminato che è fatto di strade, spazi, relazioni sincopate, desideri interrotti. Immaginare indefiniti.

Quando la crisi delle vocazioni determina il fatto che nuovi sacerdoti da altri continenti abitano alcune delle parrocchie medioevali della Val di Susa mentre altre rimangono semplicemente chiuse – come ci racconta Don Gianluca Popolla, Direttore del Museo Diocesano di Susa – siamo sicuri che quei beni rimandino ad universi culturali dati per sempre?

Non si sta piuttosto determinando un innesto che produrrà cambiamento? Quei beni continueranno a rappresentare nello stesso modo una comunità o diventeranno qualcosa di diverso? Come determinare e accompagnarne il cambiamento è o no questione culturale? Pone o no delle domande che interrogano il tema della tutela, della protezione, della musealizzazione dei beni culturali? Interroga o no sulle funzioni e gli usi dei luoghi?

Fra qualche decennio quei beni culturali cosa saranno? Vestigia archeologiche da proteggere, svuotati di funzioni originarie, oppure nuove centralità di cittadinanza e produzione culturale?

Ancora: siamo davvero convinti che la sfida di improvvisazione poetica in arabo tra ragazzi di origine magrebina e medio orientale in uno scantinato a Porta Palazzo non abbia a che fare con la cultura? Anche se è lontana, distante, estranea alle Istituzioni culturali? Non ne ha bisogno, trova i suoi spazi e si esprime.

Chi ci perde, in termini di vitalità, forza creativa, energie, modernità? Ci perdono i ragazzi o ci perdono le istituzioni culturali che non intercettano il cambiamento? Che lo ignorano semplicemente perché non ne sanno l'esistenza, non hanno gli strumenti per lavorare sulle relazioni di fiducia, non sanno accogliere, non sanno costruire spazi intermedi di relazione tra dentro e fuori?

Infine, Tournée da Bar – uno dei progetti vincitori della terza edizione del bando Che Fare – che porta Shakespeare nei bar di mezza Italia, con una compagnia professionale di attori che ha scelto di destrutturare lo spazio del teatro, cosa racconta in termine di fruizione, educazione del pubblico, coinvolgimento?

Allargare lo sguardo ci permette per un attimo di sospendere un'idea un po' paternalista della partecipazione – quella per cui si prende un pizzico di comunità, la si fa sedere a tavoli strutturati dentro le istituzioni culturali e così si producono percorsi partecipativi.

La divaricazione crescente tra inclusi ed esclusi rischia anche di riflettersi in uno specchio autoreferenziale delle Istituzioni culturali che rimandano a immaginari stereotipati, asfittici, uguali a se stessi. Mi piacerebbe quindi provare a ribaltare il paradigma usando parole diverse. Concedendomi però, l'età me lo permette, qualche provocazione.

La cultura, le Istituzioni culturali, sono strumento di democrazia perché possono diventare luoghi dove intercettare/costruire/coinvolgere nuovi immaginari. Possono contribuire alla revisione dei codici culturali di una comunità se accettano di mettere in discussione i propri perimetri. Superando la frattura del dentro/fuori, possono rendersi permeabili a nuovi significati che una società g-locale produce a prescindere dal luogo codificato, giusto, corretto per farlo. Si fanno luogo, come direbbe Emmanuele Curti – tessitore di bordi e di sconfinamenti.

Sono democrazia perché si prendono cura delle fratture sociali, cercando di ricomporne alcune parti. Restituiscono alla collettività un modo per immaginare il presente ed il futuro che non sia soltanto proprietà di una parte del tutto. Sono strumento di democrazia.

Sono democrazia perché non hanno pubblico, ma attori sociali da coinvolgere, a cui dare la scena. Hanno cittadini a cui restituire consapevolezza, bellezza, immaginario, pensiero, sapere.

La cultura, le istituzioni culturali sono politiche di welfare perché contribuiscono al benessere collettivo. Una società che legge di più, che ascolta più musica, che va a Teatro, che ascolta Romeo e Giulietta in un bar di periferia è una società più sana, meno fragile e meno malata.

La contrapposizione tra investimenti culturali ed asili nido è farlocca non perché la cultura produce PIL, ma perché produce benessere.

Deve essere – con tutte le sostenibilità economiche indispensabili ed una visione non dogmatica del rapporto pubblico/privato – politica pubblica come la sanità, l’istruzione, il trasporto. Deve essere pagata anche dalla fiscalità generale per poter essere accessibile ed inclusiva e non schiacciarsi esclusivamente sul marketing e la logica dei grandi eventi. La cultura non deve essere necessariamente pubblica, ma è indispensabile che sia bene comune, condiviso, accessibile, inclusivo.

Una società che riconosce nel rap delle Crew di periferia la tradizione dei poeti a braccio e degli improvvisatori in ottava rima delle campagne reatine è una società che sa accogliere – sottraendoli alla capacità dell’industria dell’intrattenimento e del consumo – i nuovi linguaggi come parte di sé, del proprio immaginario contemporaneo.

I bambini che passano la notte nel Teatro Massimo di Palermo di cui ci ha parlato il Sovrintendente Giambrone – riappropriandosi di uno spazio culturale da cui sarebbero esclusi – sono l’investimento che un teatro deve fare per la propria sopravvivenza nel futuro. Accettando anche di desacralizzarsi.

Investire in cultura è investire nella cura. Delle comunità di riferimento, in primo luogo.

Ma significa anche investire nella cura delle stesse Istituzioni culturali. Quelle “stanze intelligenti” come le definisce David Weinberger¹, in crisi di legittimazione ed autorevolezza.

Ridare senso, significato culturale ai luoghi, alle stanze del sapere significa disegnare nuove pertinenze culturali. Non si tratta, soltanto, di riproporre degli standard a cui il non pubblico deve essere educato, quanto piuttosto significa ridare un nuovo senso alla fruizione del sapere.

1 David Weinberger, La stanza intelligente - La conoscenza come proprietà della rete, Codice, 2012

Significa investire nel futuro: perché quando finiranno per ragioni anagrafiche gli abbonati del Teatro d'Opera, non ci sarà più partita. Perderanno sia gli investimenti in cultura sia quelli per gli asili nido. Aprire le finestre delle stanze intelligenti vuol dire porsi domande e non dare per scontate le risposte.

Emmanuele Curti

(NON) CONCLUSIONE

Difficile rinchiudere dentro un testo il senso e lo spirito di queste giornate palermitane: difficile perché è un po' come musealizzare un processo di confronto e di ricerca dinamica di nuove visioni, di voci diverse da diverse esperienze, che si sono riunite a Palermo in quel 'mare di memoria viva' che è il suggestivo posto dell'ecomuseo.

Avendo passato decenni in accademia, il timore è sempre quello che il portato del proprio scritto si dissolva in un 'selfie', in un testo chiuso nella ripetizione di parole scritte per sé stessi, più che per essere ponte verso altri: capitolo dopo capitolo, le voci vengono spesso lette come testimonianze isolate, come 'esercizio' individuale. Per questo mi domando sempre come anche queste restituzioni di giornate passate insieme sappiano disinnescare le voci interiori, per divenire processo di co-costruzione, restituendo lo spirito che hanno nutrito la produzione di miele dell'incontro palermitano: uscendo dall'essere 'didascalie' delle singole opere (come Maria Chiara Ciaccheri ci insegna), per divenire una narrazione/interrogazione continua a sé stessi come parte di una comunità.

A questo incontro mi sono avvicinato grazie all'entusiasmo di Cristina Alga e di Andrea Libero Carbone, e alla loro felice invenzione del titolo dei 'musei come il miele', con la doppia accezione del miele (antico cibo dell'eternità, messo nelle tombe eroiche come a Poseidonia/Paestum, a nutrire l'eroe paradigma fondante della comunità) come elemento attrattore ma anche frutto di un continuo lavoro delle api, animali dello sciame per eccellenza. A questo aggiungerei già da subito un'ulteriore elemento, che può già disinnescare la 'claustrofobia' che i musei spesso richiamano: il miele, prodotto nell'alveare, è il risultato di un'azione fondamentale delle api, impollinatrici del territorio che le circonda: il museo come luogo per imparare a coniugare sguardo e fisicità del pensiero - nel produrre miele -, così come essere luogo da cui ripartire per andare a ravvivare i luoghi che abitiamo.

Quando fu inventato il museo pubblico 200 anni fa, a fondare lo stato moderno, l'ispirazione fu quella dei musei ellenistici, dei quali però dimentichiamo un piccolo dettaglio: nessuno di loro

(Alessandria, Pergamo e altri) sorgeva nelle terre greche della cui cultura si facevano promotori. Servivano al contrario a legittimare una 'greçità' in terre non greche, artificialmente realizzate secondo un modello di ispirazione aristotelica, a dimostrare un'identità imposta. E così noi in età moderna le abbiamo usate: a cementare un senso di nazione, rinchiudendo ciò che ritenevamo fondante dentro ad una cartografia precisa, così come abbiamo fatto con scuole/accademie (e le nuove discipline), spazi politici, ecc. Quel sistema oggi è saltato, sotto le spinte di un radicale cambiamento delle categorie spazio/temporali: i musei non possono più essere luoghi chiusi, in cui si impara ciò che si è, ma devono sempre più trasformarsi in laboratori di vera e propria cittadinanza, per confrontarsi con la memoria come propellente, miele, per andare a nutrire una diversa visione del futuro.

Nei giorni nei quali eravamo a Palermo, avevo assistito ad un altro momento per me 'rivoluzionario': un'assemblea cittadina, alla quale era stata invitata Ilda Curti insieme al sindaco Leloluca Orlando, per aiutare a dirimere la caotica situazione del mercato di Ballarò. Un incontro tenutosi nella chiesa di san Saverio, per la visionaria ospitalità del parroco don Cosimo: una chiesa che tornava alle sue origini, *ekklesia*, ad essere assemblea. Ecco, dobbiamo imparare, nel rispetto e cura delle stratigrafie (anche interiori) che ci portiamo addosso, a riabitare gli spazi, confliggendo con le mura e definizioni che le hanno caratterizzate, per abatterle e riaprirle. Che essi siano musei, scuole, accademie (e perché no, chiese), questi spazi pubblici devono tornare a rideclinare un sapere collettivo, come forma di continuo 'teatro' dove ci si interroga insieme.

In questo uscendo dalla condizione di spettatori (e dalla ossessione di musei come bigliettifici), per tornare ad essere attori principali, co-costruttori di sapere e quindi anche di nuove economie (o come mi piace dire ultimamente, di *oikonomie*, per inventare nuove regole del nostro abitare, del nostro essere cittadini). Anche perché nella società mista che siamo, abbiamo bisogno di scardinare quelle regole (e spazi) in crisi del pensiero occidentale e farci aiutare da tutti a inventare nuove forme di relazione.

In questo Palermo (anche con l'appuntamento che l'attende l'anno prossimo 2018 nell'essere capitale italiana della cultura) può ripartire da questi mieli, uscendo dal consumo veloce dell'evento e usare i 'mari della memoria' per realizzare porti/musei, banchine che sappiano accogliere e ospitare i mille migranti che noi siamo.

All'incontro palermitano, Cristina e Andrea mi avevano 'messo' a (non)concludere una tavola rotonda: bellissima sollecitazione, così come non dobbiamo concludere/chiudere i musei in sé stessi. Che questo sia un passo, in (non)conclusione, per aprirci sempre più alla ricerca di senso che richiede spazi aperti e dinamici. Fuori dai singoli pezzi, dalle singole voci, per essere veramente api produttrici di miele e impollinatrici di nuove pratiche di cittadinanza.



L'ALVEARE

**INTERVISTE DEI PARTECIPANTI
AI CIRCLE TALK**

Teatri di Bari

Annamaria Giannone

Chi siete e cosa fate?

Teatri di Bari mette assieme due strutture teatrali storiche, attive da oltre 40 anni nella città di Bari. Due luoghi di programmazione, di formazione e di produzione teatrale che hanno maturato negli anni un profondo legame con il territorio e una forte identità. Il Kismet nel 1989 inaugura la sua casa teatrale scegliendo un ex capannone industriale e, negli anni, si fa polo di attrazione per artisti italiani e stranieri, con un'attenzione specifica alla ricerca teatrale. Il Gruppo Abeliano nasce, sempre a Bari, nel 1969, come compagnia attenta a conservare e alimentare una relazione con la tradizione. Dopo aver allestito ben tre piccoli teatri, nel 2012, nasce il Nuovo Teatro Abeliano, a Japigia, quartiere popolare in forte espansione, alla periferia della città. Da questa unione prende forma nel 2015 un consorzio, riconosciuto dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo Teatro di Rilevante Interesse Culturale per il triennio 2015-2017.

Chi può sentirsi a casa da voi?

In entrambi gli spazi da sempre si sentono a casa studenti e insegnanti di Bari e provincia. Le scuole dell'area metropolitana barese, di ogni ordine e grado, hanno negli anni costruito un rapporto vivo e continuo con entrambe le strutture. Così come le famiglie, protagoniste di una parte importantissima della programmazione. Nei due spazi trovano casa le compagnie, nazionali ma soprattutto pugliesi: artisti, maestranze, tecnici che qui rinnovano la loro appartenenza alla grande famiglia del teatro pugliese.

Che abitudini si possono prendere nel vostro spazio?

Anche in questo caso le due strutture hanno mantenuto identità diverse. Chi frequenta il Kismet si abitua a rischiare e a fidarsi di scelte artistiche spesso non ancora sostenute da un riconoscimento nazionale. Al Kismet ci si abitua a trovarsi a proprio agio in una "scomodità", logistica, ma anche culturale. All'Abeliano è possibile sentirsi più comodi, ci si abitua ad un rituale conviviale che si rinnova, per centinaia di abbonati, di anno in anno.

Nei Teatri di Bari, sia al Kismet sia all'Abeliano, è possibile abituarsi allo scambio e al contatto diretto con gli artisti e le compagnie ospiti, entrambi gli spazi sono vissuti intensamente anche fuori dagli orari di spettacolo, con una serie di attività aperte a tutta la città.

Ciò che sta fuori come trasforma quel che c'è dentro, e viceversa?

I Teatri di Bari, come tutte le organizzazioni, si immergono nelle politiche culturali, cittadine, regionali, nazionali, in una continua ricerca di equilibrio fra desiderio, identità e reali possibilità. Alla stessa maniera i Teatri di Bari si confrontano con un'offerta culturale, cittadina e regionale, che negli ultimi anni si è arricchita esponenzialmente. Un input forte a stare al passo con la crescita di tutto il tessuto culturale. Quello che i Teatri di Bari proiettano all'esterno è una ricerca di senso che torna su tematiche ritenute importanti, temi dell'oggi che, partendo dalle proposte artistiche, alimentano domande capaci di tenere sempre vivo il confronto con associazioni, operatori, artisti, scuole, università.

BAM! Strategie Culturali

Elena Bertelli

Chi siete e cosa fate?

BAM! Strategie Culturali è una società di consulenza e progettazione in audience development e cultural management, specializzata in servizi strategici per il settore culturale.

Sviluppiamo progetti innovativi per musei, teatri, città, territori e reti, per facilitare e ampliare l'accesso alla cultura. Alla 3° edizione di Nuove Pratiche Fest presentiamo Wikimuseums un progetto su musei e opendata, realizzato insieme al Polo museale della Campania e l'Ambasciata dei Paesi Bassi, in partnership con Wikimedia Italia, Open Cultuur Data e OpenStreetMap.

In termini di offerta di valore e di valori di riferimento, quali sono i vostri punti chiave?

Wikimuseums è un esperimento di dialogo democratico, punta a ricostruire un'identità collettiva tramite l'incontro tra cittadini consapevoli e istituzioni culturali aperte e inclusive, con ampio ricorso alla tecnologia e agli opendata.

L'approccio è:

- open: accessibilità e condivisione dei dati relativi alle istituzioni e alle collezioni culturali per liberare il potenziale della cultura
- 'wiki': l'approccio basato su interazioni tra community e conoscenza che conta molte applicazioni nel settore culturale (QRpedia, WikiGLAM...).
- 'dutch': l'Olanda lavora da molto tempo sull'applicazione di questi strumenti al settore culturale, propone modelli e metodi già sperimentati e risultati tangibili.

Con quali strumenti promuovete inclusività e partecipazione?

Enabling the context:

- condivisione di buone pratiche. Grazie a una conferenza con alcuni tra i più rilevanti player italiani e olandesi sul tema si dà ai musei la possibilità di confrontarsi con casi di digitalizzazione delle collezioni e apertura di dati nel settore culturale, valutandone l'impatto.

- formazione e cocreazione di contenuti. Attraverso un workshop e una editathon, operatori del settore e studenti sono guidati in un percorso di avvicinamento agli opendata per la cultura, per favorire l'accesso al patrimonio, in un'ottica di uso civico della rete e di appropriazione e cura del bene comune

In che modo, in che direzione, quel che fate può contribuire a trasformare il contesto?

Nel modo più concreto possibile: facendo leva su network internazionali e momenti di coinvolgimento basati su scambio di competenze, formazione e messa in pratica dei principi, attraverso azioni sul campo.

Con Wikimuseums 15 studenti universitari hanno acquisito nuove competenze subito messe in pratica: 20 voci di Wikipedia afferenti a luoghi del patrimonio culturale della città di Napoli editate in 2 giorni. Gli stessi luoghi sono poi stati inseriti su OpenStreetMap e segnalati, con un QRcode all'ingresso, per ricondurre i visitatori alla voce enciclopedica online.

Dopo l'evento: studenti e Wikipediani continuano l'opera di mappatura ed editing, incontrandosi periodicamente presso la Biblioteca Nazionale di Napoli e restando in contatto sul gruppo Facebook Wikimuseums.

MUSE, il Museo delle Scienze di Trento

Samuela Caliarì

Chi siete e cosa fate?

Sono Samuela Caliarì e sono responsabile dell'area Audience Development del MUSE, il Museo delle Scienze di Trento. Sono quindi impegnata in prima persona ad ampliare il raggio e la natura delle relazioni con il pubblico grazie alla collaborazione attiva di tutto il personale del MUSE. Nel mio lavoro unisco aspetti di programmazione, educazione, marketing, committenza, customer care e distribuzione. Di formazione sono una matematica; sono curiosa di natura, amo il dialogo, il confronto e mi diverto a mettermi in gioco; mi stimolano le sfide. Se penso a me vedo una donna "sensibile guerriera".

Chi può sentirsi a casa da voi?

Il MUSE, Museo delle Scienze di Trento, è un museo di ultima generazione - inaugurato nel luglio 2013 - ed è stato progettato mettendo il pubblico e il visitatore (e non gli oggetti) al centro di tutte le scelte museologiche e museografiche. Questa decisione ha fatto e fa oggi la differenza nell'identificare chi si sente a casa qui da noi. Al MUSE puntiamo infatti sull'esperienza della visita che varia da persona a persona e ci piace pensare al nostro museo come ad un luogo attivo, attrattivo, memorabile e relazionale. Un luogo dove ognuno trova una propria dimensione dove si sente e si trova bene.

Che abitudini si possono prendere nel vostro spazio?

Ognuno è affezionato alle proprie abitudini: c'è chi si sente male se non le può perseguire e chi pur amandole è pronto a scoprirne di nuove. Nel nostro museo l'attenzione di noi curatori è quella di mantenere nelle proposte per il pubblico la nostra identità cercando sempre di incontrare i bisogni, i desideri e le abitudini delle persone. È evidente che la biodiversità delle abitudini è praticamente infinita e nel rispetto della nostra identità, nel nostro museo si può fare tutto nei tempi e nei modi condivisi e concertati. Si può cantare, ascoltare musica, correre, giocare, ballare, dormire e dipingere così come dialogare, approfondire, fare ricerca, ascoltare, sperimentare e imparare. Il museo deve far parte del vissuto e delle frequentazioni quotidiane delle persone.

Ciò che sta fuori come trasforma quel che c'è dentro, e viceversa?

La connessione fra dentro e fuori è alla base del nostro agire, per assioma non esiste dentro se non vi è un parametro di riferimento/ confine che permetta di definire un fuori. La dicotomia dentro e fuori deve però diventare rispetto al nostro agire quasi inesistente pur riconoscendo e valorizzando le opportunità e le diversità che evidentemente caratterizzano il dentro dal fuori. Solo se queste due dimensioni si contaminano e si influenzano a vicenda sarà possibile proporre al pubblico uno spazio in cui esso stesso si possa riconoscere, un luogo di incontro, di relazione e di cultura sempre all'avanguardia, evidentemente così collegato ai costanti e veloci cambiamenti della società contemporanea.

Tuomuseo

Fabio Viola

Chi siete e cosa fate?

L'associazione Culturale TuoMuseo – impresa sociale nasce nel Maggio 2016 come risultato di un periodo di incubazione in Fondazione Cariplo che ci ha poi premiato come start up vincitrice del bando I:C. Siamo una realtà atipica nella filiera culturale, un collettivo attualmente composto da 9 uomini e donne di cui solo una con formazione accademica in ambito culturale. Il resto del team è composto da professionisti provenienti dal mondo dei videogames: game designers, sviluppatori, artisti, musicisti.

In termini di offerta di valore e di valori di riferimento, quali sono i vostri punti chiave?

L'asse focale della nostra attività è il collegamento tra il mondo culturale “istituzionale” ed i videogiochi che noi riteniamo, essa stessa, una forma culturale della contemporaneità. Vogliamo aiutare le istituzioni a comprenderne la portata innovatrice ed integrarli nelle proprie politiche come straordinari strumenti di audience development ed engagement.

Con quali strumenti promuovete inclusività e partecipazione?

In uscita gratuita il prossimo 24 Aprile 2017 sugli stores Apple e Google, *Father and Son* è un primo esperimento mondiale portato avanti con il Museo Archeologico Nazionale di Napoli di museo che diventa publisher di un videogioco e lo inserisce scientemente nella sua pianificazione strategica. Il videogioco diventa un modo nuovo di raccontare il museo ed avvicinare nuovi pubblici attraverso un linguaggio comprensibile ed un passaggio dallo storytelling allo storydoing.

In che modo, in che direzione, quel che fate può contribuire a trasformare il contesto?

TuoMuseo sta lavorando con varie istituzioni culturali per riportare al centro il visitatore con le sue istanze, desideri e necessità. I videogiochi, e la gamification, diventano chiavi di azione pratica per disegnare il coinvolgimento portando i musei ad essere hub di innovazione sociale e tecnologica.

Manifesta

Yana Klichuk

Come descriveresti la tua organizzazione e il tuo ruolo?

Manifesta, la biennale europea itinerante dell'arte contemporanea, cambia sede ogni due anni. In ogni città incontriamo un nuovo contesto socio-culturale, politico ed economico. L'educazione e la mediazione sono valori fondamentali di ogni edizione di Manifesta: l'obiettivo è di radicare il programma nel tessuto della città ospitante e costruire connessioni sociali sostenibili. Il mio ruolo come responsabile del Dipartimento Educazione è quello di garantire che vi sia apprendimento reciproco tra Manifesta e le parti interessate.

In termini di offerta di valore e di valori di riferimento, quali sono i vostri punti chiave?

In termini generali, uno dei nostri punti chiave è sottolineare l'importanza della responsabilità sociale e di un continuo dialogo con l'"altro". Questo riguarda la cultura, l'impresa e, per quanto strano possa sembrare, anche le autorità locali. Puntiamo a creare una situazione di conversazione aperta a livello locale e internazionale, che ci aiuti a capire quello che stiamo facendo, e prima di tutto perché lo stiamo facendo.

Con quali strumenti promuovete inclusività e partecipazione?

La mediazione e l'Audience Development sono strategie chiave per intercettare e coinvolgere pubblici nuovi ed emergenti. Stiamo cercando di capire in che modo possiamo soddisfare i loro bisogni, per prevenire gli ostacoli e sviluppare il rapporto con il pubblico. Sono obiettivi fondamentali per l'ampia comunità e per il programma di mediazione di Manifesta, per i progetti di collaborazione pre-biennale e per gli strumenti specifici di educazione.

In che modo, in che direzione, quel che fate può contribuire a trasformare il contesto?

Ogni Manifesta è una specie di start up, il programma di ogni biennale è site-specific e corrispondente al contesto della città ospitante, il che ci dà molti input. La trasformazione è anche di volta in volta un aspetto inevitabile della valutazione dei nostri stakeholder locali. Le metodologie di educazione, le strategie di coinvolgimento, l'impatto socio-culturale con i suoi criteri sono i parametri di questa valutazione.

Biblioteca Civica di Verbania

Andrea Cassina

Chi siete e cosa fate?

Siamo la biblioteca pubblica di Verbania e capofila del sistema bibliotecario provinciale.

Cerchiamo di dare alle persone tanti modi diversi di trascorrere il proprio tempo libero, stimolando i loro interessi culturali. Per questo, oltre ai tradizionali servizi di una biblioteca abbiamo progetti di promozione della lettura, un'offerta di corsi per tutte le età, gruppi di lettura, rassegne editoriali e cinematografiche. Dal 2013 curiamo anche una rassegna di spettacoli dal vivo all'aperto che si chiama 'Allegro con brio'.

Creiamo inoltre progetti con le Associazioni culturali e sociali per l'inclusione delle persone.

Chi può sentirsi a casa da voi?

Qui si sentono a casa le mamme quando aspettano un bambino, le famiglie, le persone che cercano altri per condividere idee e interessi, i nuovi cittadini che devono imparare l'italiano...

Cerchiamo di trasformare noi e la nostra biblioteca in modo da essere ancora più accoglienti, in particolare verso i nuovi cittadini e le persone che vedono nella biblioteca un luogo che tradizionalmente non è per loro; come chi ha una bassa scolarità, è disoccupato o ha una professione che ritiene lontana dalla cultura.

Che abitudini si possono prendere nel vostro spazio?

Si può venire al mattino a leggere i quotidiani, si possono ascoltare le storie ad alta voce, si possono scegliere i libri e i film da leggere a casa, si può assistere agli spettacoli.

Si può partecipare, facendo i volontari. Si può fare amicizia, con i bibliotecari e con le persone del pubblico. Si possono proporre idee nuove. Si può prendere il sole sulla terrazza e nel parco e si può fare una pausa in spiaggia fra una lettura e l'altra.

Ciò che sta fuori come trasforma quel che c'è dentro, e viceversa?

Il pubblico condiziona le nostre scelte: i libri e le riviste che acquistiamo, le rassegne che proponiamo, gli spazi che rinnoviamo dipendono sempre dalle persone a cui sono destinati.

Cerchiamo di trasformare il mondo là fuori stimolando la creatività e il pensiero di chi ci segue, e andando a cercare chi ancora non ci segue. Proprio in questi mesi stiamo cercando di rendere più chiaro il nostro posto nel mondo e di comunicarlo a voce alta, per non essere solo un posto bello e di cui si pensa bene, ma soprattutto una realtà importante per chi vive insieme a noi.

Servizi educativi Fondazione PInAC

Massimiliano Vitali

Chi siete e cosa fate?

Fondazione PInAC possiede e gestisce il patrimonio della Pinacoteca Internazionale dell'età evolutiva A. Cibaldi di Rezzato (BS): una raccolta museale composta da oltre 7300 disegni realizzati da bambini di diverse età in più di 76 Paesi del mondo, raccolti a partire dalla fine degli anni '50. Oltre a conservare e valorizzare la cultura visiva prodotta dall'infanzia con mostre tematiche temporanee, PInAC promuove attraverso i suoi servizi educativi il diritto di ciascun bambino all'espressività creativa, alla bellezza e alla pace.

Chi può sentirsi a casa da voi?

Tutti! Il nostro logo è al tempo stesso una casa, un quadro e un bambino sorridente con le braccia aperte: PInAC è un museo che accoglie bambine e bambini, uomini e donne, di ogni cultura e provenienza. L'accoglienza parte dai cassetti dell'archivio dove abitano i mondi rappresentati dai bambini che disegnano e si rivolge poi ai visitatori delle nostre mostre: ad ogni età, ognuno può facilmente incontrare nei disegni che osserva qualcosa di sé e della propria cultura, sentendosi a casa e in buona compagnia.

Che abitudini si possono prendere nel vostro spazio?

In PInAC i bambini si abituano a frequentare il Museo non come un luogo sacro in cui camminare in punta di piedi, ma come uno spazio dove possono andare e ritornare, conoscere, ri-conoscere e raccontarsi attraverso le immagini, coltivando il rispetto reciproco e la cultura della pace. Noi adulti, in PInAC, ricordiamo di essere stati a nostra volta bambini: davanti ai disegni esposti, possiamo provare a osservare il mondo che abitiamo con gli occhi dei piccoli autori e - perché no? - ripensare con responsabilità il pianeta che vogliamo lasciare a chi ancora deve nascere.

Ciò che sta fuori come trasforma quel che c'è dentro, e viceversa?

Ciò che è dentro PInAC evolve attraverso l'acquisizione di nuovi disegni, rispecchiando l'evoluzione dei bambini, delle nostre società, del mondo. Allo stesso modo, anche gli approcci e le proposte dei nostri servizi educativi si fanno modellare dalla complessità dei

pubblici che incontrano: obiettivo diventa allora creare le condizioni perché la diversità insita nello sguardo di ciascun visitatore possa dirsi e ricevere ascolto, curiosità e interesse. Con le stesse parole d'ordine, PInAC “esce di casa” per promuovere esperienze di fruizione ed espressione creativa che strutturano il modo di essere e di percepire.

U'Game

Davide Leone

Chi siete e cosa fate?

Noi siamo U'Game. Singolarmente siamo urbanisti, grafici, sociologi, naturalisti e geni ma insieme siamo di più. Insieme facciamo giocare le persone. Chi gioca si trova immerso in una cornice di senso inusuale entro la quale può sperimentare liberamente e superare i propri limiti. In questo senso il gioco è un importante strumento pedagogico. Noi usiamo il gioco per definire arene entro le quali i beni culturali assumono nuovi significati e acquisiscono nuovi valori. Partiamo dalla città, che è il bene culturale costruito dall'agire collettivo, per arrivare a musei, collezioni e singoli manufatti.

In termini di offerta di valore e di valori di riferimento, quali sono i vostri punti chiave?

Nel 1978 Bernard Suits affermava "Giocare a un gioco è lo sforzo volontario di superare ostacoli non necessari". Il gioco è lo strumento che abbiamo scelto per ricostruire una connessione tra cittadini e retaggio culturale. Il piacere che ogn'uno di noi prova davanti ad un bene culturale è direttamente proporzionale alla capacità di dargli senso in una cornice più ampia. U'Game, attraverso il gioco, fornisce una cornice di senso specifica entro la quale collocare i beni culturali, in un contesto nel quale si è disposti a superare le proprie reticenze.

Con quali strumenti promuovete inclusività e partecipazione?

Non esiste nient'altro che possa essere considerato inclusivo quanto il gioco. Se consideriamo il nostro agire, la nostra vita, essa è delimitata e governata da una serie infinita di regole e sovrastrutture entro le quali le nostre abilità ci forniscono o meno vantaggi competitivi. In questo senso, nel gioco che è la vita, noi continuiamo a tentare di migliorarci per raggiungere o meno dei risultati, siano essi spirituali, materiali, sociali, etc. Il Gioco definisce delle nuove regole che sono condivise ed accettate dai partecipanti, diventando una capsula entro cui alcuni vantaggi competitivi acquisiti vengono meno per un breve periodo. In questo quadro possiamo essere più liberi perché sappiamo che prima o poi il gioco finirà, mentre siamo privati di alcuni dei nostri scudi e delle nostre armi ed in questo senso siamo più uguali.

In che modo, in che direzione, quel che fate può contribuire a trasformare il contesto?

La trasformazione del contesto avviene sfidando i propri limiti con l'obiettivo di superarli. È molto più facile per un gioco trasformare l'agire e le priorità delle persone rispetto all'imposizione di un dispositivo normativo. Il gioco fornisce una metafora entro la quale azioni e legami, legati all'esperienza ludica, assumono senso e significato, trasponendosi, spesso, nella vita quotidiana. Le esperienze e le procedure di team building puntano proprio su questa trasposizione. Noi ricostruiamo un rapporto che ha perso valore, quello tra cittadini e beni culturali ed usiamo il gioco come strumento per riattivare questo legame di riconoscimento.

Izi Travel

Elisa Bonacini

Chi siete e cosa fate?

Sono un'archeologa e mi occupo di comunicazione con le nuove tecnologie, da molti anni faccio ricerca e scrivo di nuove tecnologie, social media e musei, ma sono una “precara” della ricerca universitaria. Da quasi un anno coordino su scala regionale il progetto Sicilia Beni Culturali sulla piattaforma globale izi.TRAVEL, con l'hashtag #iziTRAVELSicilia, grazie al quale in modo partecipato e co-creativo stiamo iniziando a colmare il gap della comunicazione e valorizzazione culturale siciliana.

In termini di offerta di valore e di valori di riferimento, quali sono i vostri punti chiave?

Sono partecipazione, cocreazione di contenuti e valore culturale, democratizzazione orizzontale e creativa della cultura. Chi partecipa al progetto, dai bambini ai direttori dei musei, lo fa coi propri racconti, la propria voce, diventa testimonial digitale del patrimonio, contribuendo a farlo conoscere e fruire. Questo progetto è pilota al mondo per scala (regionale), partecipazione (centinaia di persone), qualità e quantità di prodotti già realizzati (circa 90 audioguide di musei e itinerari).

Con quali strumenti promuovete inclusività e partecipazione?

Molti dei partecipanti al progetto sono studenti; dopo un workshop iniziale lavoriamo in remoto, organizzando “classi virtuali” su Whatsapp e Facebook, strumenti agili per lavorare insieme ottenendo il massimo dei risultati. Il workshop è anche “motivazionale”, mirato a far comprendere l'importanza del progetto, divenuto ormai un “processo”, e della partecipazione corale di tutti. I prodotti finali sono le guide, tutti fruibili dalla piattaforma web di izi.TRAVEL e dalla sua app.

In che modo, in che direzione, quel che fate può contribuire a trasformare il contesto?

Questo “processo” lo ha già trasformato, se si pensa che molti musei non hanno nemmeno il sito web e sulla stessa piattaforma sono presenti, per la prima volta insieme in Sicilia, i due Assessorati regionali ai Beni Culturali con gli uffici periferici e al Turismo con Visit Sicily e Servizi turistici, ma anche Reti, Musei senza distinzione di proprietà e grandezza, Poli e Parchi regionali, le Università di Catania e Palermo, le Scuole. Tutti insieme stiamo già recuperando il nostro gap digitale!

Progettazione crossmediale

Ornella Costanzo

Chi siete e cosa fate?

Ho cominciato a lavorare alla progettazione di allestimenti museali e percorsi espositivi nel 2003 con Studio Azzurro. In quegli anni Studio Azzurro cominciava a spostare il suo campo di ricerca artistica sui linguaggi tecnologici dagli “ambienti sensibili” a spazi più complessi come i musei, con l’intenzione di favorire un dialogo tra i luoghi della storia e dell’arte, il visitatore e la componente virtuale delle immagini. Ne sono nati progetti intesi come un film espanso, con un drammaturgia in grado di creare esperienze empatiche tra la dimensione immateriale dei contenuti museali e la fisicità della visita. Ancora oggi lavoro in questo ambito come free lance con una particolare attenzione alla crossmedialità e alle metodologie di apprendimento.

In termini di offerta di valore e di valori di riferimento, quali sono i vostri punti chiave?

Dialogo con il territorio e la comunità. I musei non devono solo rappresentarli ma dovrebbero allo stesso tempo restituire significati e nutrire l’immaginario collettivo.

Apprendimento: i musei possono avere un ruolo chiave nell’apprendimento permanente delle persone e diventare un punto di riferimento anche per altre istituzioni (scuola, Università, associazioni, ecc.) con cui inaugurare pratiche di progettazione innovative.

Ricerca: non c’è apprendimento senza ricerca.

I musei dovrebbero diventare luoghi di ricerca, utilizzando la tecnologia come strumento di indagine e sperimentazione, e in seguito come mezzo per condividere nuovi saperi e scoperte.

Con quali strumenti promuovete inclusività e partecipazione?

Oralità e memoria sono sempre stati al centro della progettazione degli allestimenti di cui mi sono occupata in questi anni. Il lavoro di realizzazione del percorso espositivo si costruiva anche sulla base delle testimonianze raccolte con lunghe campagne di interviste, secondo una pratica quasi documentaristica. Questo ha creato

affezione e aspettative nei confronti dei musei prima ancora della loro apertura. Forse non è più così per le nuove generazioni che hanno forme di espressione e di protagonismo diverse, mediate dai dispositivi tecnologici e di cui è necessario tenere conto.

In che modo, in che direzione, quel che fate può contribuire a trasformare il contesto?

Oggi vorrei declinare diversamente la mia esperienza a servizio dei musei, mantenendo un rapporto con la tecnologia come mezzo di espressione e produttore di senso, ma trovare connessioni diverse tra arte, storia, scienze e spazi di cittadinanza. Guardo con molto interesse a quelle esperienze che creano intersezioni tra arte, attivismo e pedagogia. Penso ad esempio alle sperimentazioni in Uk di scuole all'interno dei musei, di corsi di lingua seconda per immigrati, ai musei "fuori" dai musei, pratiche nomadi di interventi su spazi pubblici, fisici e immateriali, attingendo dall'arte, dall'architettura, dal design, dalla scienza.

Magazzino dei Venti-il Piccolo Museo della Bora

Rino Lombardi

Chi siete e cosa fate?

Siamo il “Magazzino dei Venti-il Piccolo Museo della Bora”. La nostra associazione culturale è nata nel 2000 per celebrare il caratteristico vento di Trieste. Organizziamo laboratori, feste delle girandole, mostre, libri, incontri. Nel 2004 abbiamo inaugurato questo “spazio del vento e della fantasia” che è anche un centro di documentazione eolica. È nato come vetrina dell’idea di un museo più grande, ma tutto sommato ci siamo affezionati a questa dimensione intima che avvicina le persone.

Chi può sentirsi a casa da voi?

Chi conosce la bora e chi no. Chi arriva da lontano, ma anche da vicino. Chi ama il vento, ma anche chi non lo ama. I bambini e gli adulti. Anche quelli che vogliono tornare bambini e che a volte ci ringraziano per questo. Chi ama la nostra città e chi magari potrebbe innamorarsene. Chi vuole provare a sorprendersi. E non è poi così difficile. Chi non ama la perfezione. Chi vuole vedere Trieste da un punto di vista originale, eppure così fortemente suo. I curiosi trovano sempre la porta aperta.

Che abitudini si possono prendere nel vostro spazio?

Si possono condividere le proprie esperienze (di bora, ma non solo) conversando con la guida del museo. Quasi tutti i visitatori, alla fine del giro, imparano a fare una semplice girandola. Qualcuno di loro magari le rifarà a casa. Vogliamo crederlo. Qualcuno ci dona qualcosa, per esempio un vento (della sua città o di un viaggio). Diventa “ambasciatore eolico”! Qualcuno ne regala più d’uno... Altri restano in contatto con noi e continuano a cliccare “mi piace” sulle nostre pagine. Ci piace.

Ciò che sta fuori come trasforma quel che c’è dentro, e viceversa?

Da fuori arrivano i visitatori, triestini e non, che possono donare ricordi, oggetti, perfino “venti in bottiglia”. Trasformano le collezioni

del museo. Le persone sono parte attiva della sua crescita. Fuori, soffia un vento unico, che trasforma la vita quotidiana, crea storie e porta memorie e nuove idee. Da fuori, arrivano gli stimoli, museali e non solo. Da questa nostra grande “scatola di vento”, speriamo esca un invito a liberare la fantasia e a provarci, quando si sogna di fare qualcosa.





BONUS TRACK

**Selezione di immagini del progetto
Incompiuto Siciliano**













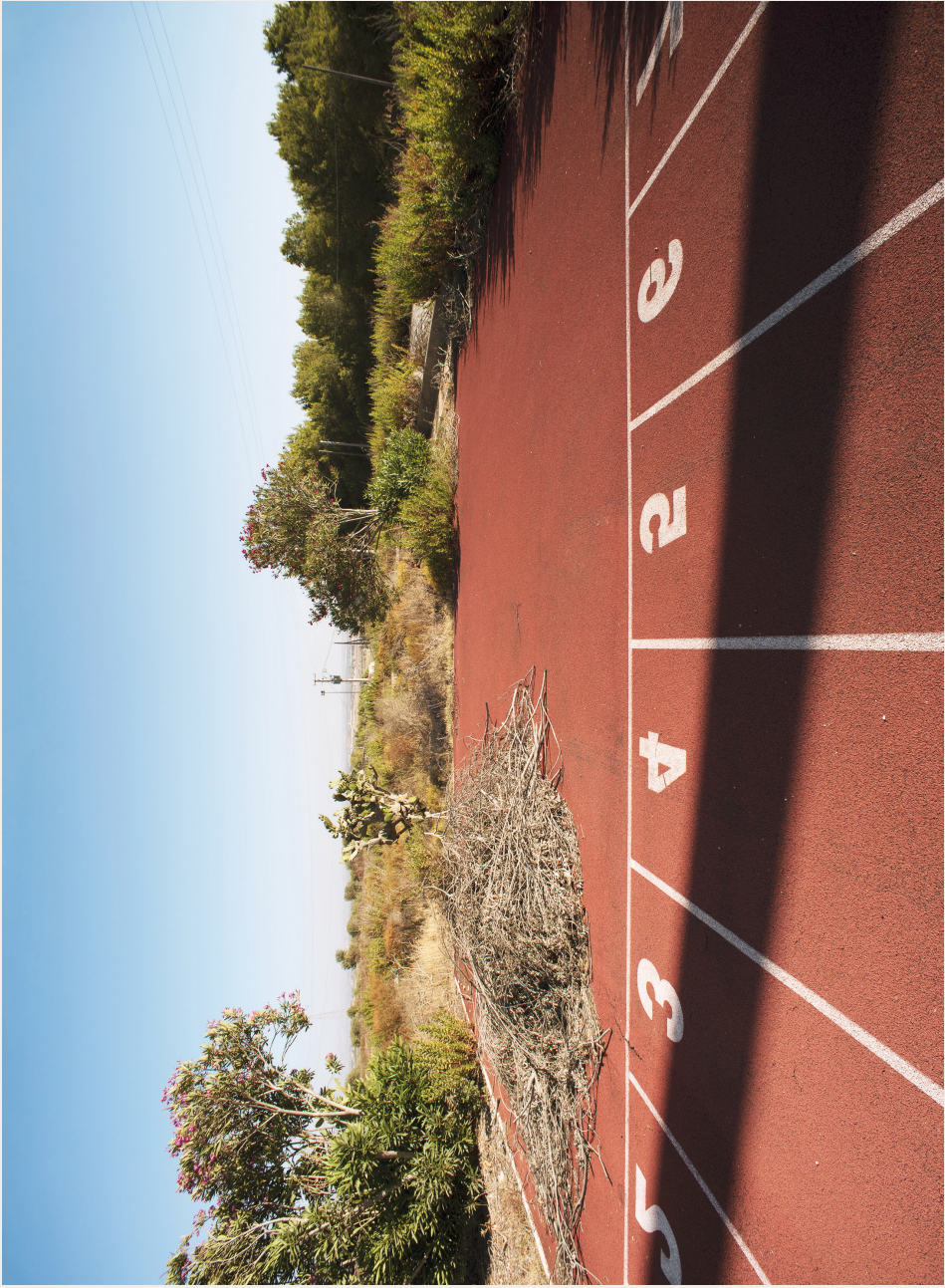












Nuove pratiche fest è un progetto di **CLAC e Pescevolante**

A cura di: **A cura di: Cristina Alga - CLAC ed Andrea Libero Carbone - Pescevolante**

Promosso da **Comune di Palermo, Ass.to alla Cultura - Servizio Musei e Spazi Espositivi**

Dirigente: **Antonella Purpura**

In collaborazione con **Fondazione CON IL SUD, Civita Sicilia, e Federculture**

Organizzazione: **Marina Sajeva**

Allstimenti e gestione location: **Vincenzo Italiano - sensibiliAmbienti**

Visual: **Studio Supersantos**

Immagini: **Incompiuto Siciliano**

Un ringraziamento particolare ad Andrea Masu (Alterazioni Video – Incompiuto Siciliano)

Advisory Board Musei come il Miele: **Alessandra Gariboldi, Maria Chiara Ciaccheri,**

Neve Mazzoleni, Emmanuele Curti, Simone Arcagni

MediaPartner: **cheFare, Giornale delle Fondazioni, EmergingSeries**

Ospitalità: **VisitPalermo e Bisso Bistrot**

Dove

Ecomuseo Mare Memoria Viva, Ex Deposito Locomotive di Sant'Erasmus

via Messina Marine, 27 – Palermo

Galleria d'Arte Moderna di Palermo, via Sant'anna, 21 – Palermo

Contatti

CLAC, via Re Federico, 23 – Palermo

+39 091 84 30 492

info@clac-lab.org

www.clac-lab.org

Ideato da

clac



Promosso da



G/M
P/LERMO

MARE
MEMORIA
VIVA

Partner



MINIMUM

Ospitalità



visit Palermo.it

Mediapartner



cheFare

Il Giornale delle Fondazioni

Musei come il miele

Molto si è fatto in questi ultimi anni per rendere i musei in tutti i sensi più accessibili e coinvolgere nuovi pubblici, sottraendo questi luoghi al loro isolamento elitario. Ma non si possono ignorare i casi in cui, come per altri spazi e altre forme culturali, l'apertura si è tradotta in massificazione e nell'introduzione di logiche mercantili. Su questi temi e queste criticità si sono concentrati i lavori della terza edizione del Nuove Pratiche Fest – Musei come il miele, di cui questo volume costituisce una narrazione collettiva e fortemente dialettica. Se è vero che il museo è il luogo privilegiato in cui una comunità definisce la propria rappresentazione di sé, dove letteralmente e concretamente la espone e la condivide, allora questa riflessione può contribuire a un processo di trasformazione culturale che ha ampie ricadute sociali.