

La narrazione digitale come strategia per l'accessibilità e l'inclusione culturale in museo

Elisabetta Falchetti
Cristina Da Milano
Maria Francesca Guida

ECCOM (European Centre for Cultural Organization and Management), Via Buonarroti, 30. I-00185 Roma.
E-mail: falchetti@ecom.it; damilano@ecom.it; guida@ecom.it

RIASSUNTO

L'accessibilità culturale costituisce una sfida per i musei. I musei scientifici sono tra le prime istituzioni museali ad aver adottato strategie di mediazione in forme narrative, per promuovere accessibilità culturale. I fondamenti di questa strategia poggiano sul paradigma delle potenzialità della narrazione nella comunicazione, nella formazione, nella costruzione di conoscenze e nell'apprendimento, nel dialogo tra diverse culture e nella definizione di identità individuali e di comunità. Tra le molteplici forme di narrazione museale si sta sperimentando il digital storytelling (DS) o narrazione digitale: un racconto con testi, immagini, video, voce ed effetti sonori, che combina le potenzialità della narrativa tradizionale con quelle creative del mezzo digitale. Le Autrici hanno sperimentato il DS in numerosi musei italiani e di altri Paesi europei, inclusi musei scientifici, per la formazione degli operatori, la valorizzazione delle collezioni, l'incremento della partecipazione dei visitatori, il dialogo e l'accessibilità interculturale, l'inclusione di cittadini potenzialmente marginalizzati. In tutte le esperienze il DS si è rivelato uno strumento idoneo a mediare conoscenze, promuovere interessi e partecipazione, a rinforzare le relazioni tra museo e visitatori, ed è apparso come una opportunità per attivare processi di consapevolezza e aggiornamento per gli operatori museali ai fini dell'accessibilità e della comprensione delle esigenze culturali dei diversi pubblici.

Parole chiave:

accessibilità culturale, digital storytelling, museo partecipativo, governance territoriale.

ABSTRACT

Digital Storytelling is a strategy for cultural accessibility and inclusion in museum

Cultural accessibility is a challenge postmodern museums. Scientific museums - first among other museums - have adopted narrative mediation strategies to promote cultural accessibility. This strategy found its reliability in the paradigm of the influence/impact of narration and storytelling on communication, training, knowledge construction and learning, dialogue among diverse cultures and definition of individual and community identities. Among the manifold narrative models, world museums are experimenting the Digital Storytelling (DS), a short video-story enriched by texts, pictures, images, voice and other sound effects. The Authors tested the DS in many Italian and EU Museums, included scientific ones, for the museum operators training, valorization of the collections, improvement of visitors' participation, intercultural dialogue and accessibility, inclusion of potentially marginalized and excluded people. DS revealed to be a suitable tool in order to mediate knowledge, promote interests and participation, strengthen relationships between museum and visitors; it appears to be a valid opportunity to activate awareness and update museum operators on accessibility and cultural needs of diverse publics.

Key words:

cultural accessibility, digital storytelling, participatory museum, territorial governance.

PREMESSA

L'accessibilità culturale costituisce una prova decisiva per tutte le istituzioni museali, e quindi anche per i musei scientifici. In particolare, negli ultimi anni, il patrimonio culturale viene visto come contesto, occasione e strumento proprio per favorire e garantire il diritto alla conoscenza, a una educazione di qualità, alla espressione delle potenzialità personali, alla partecipazione alla vita sociale e culturale degli

individui, come sancito nella Dichiarazione universale dei diritti umani (1948) e ribadito nei principi dell'Unione Europea. La visione e la strategia europea sono molto chiare nei valori/obiettivi che perseguono e nelle loro indicazioni per raggiungerli. Già nella Convenzione di Faro (Consiglio d'Europa, 2005) (v. sito web 1) viene sancito che "chiunque, da solo o collettivamente, ha diritto a trarre beneficio dall'eredità culturale e a contribuire al suo arricchimento", e che ci si impegna a "favorire un clima economico

e sociale che sostenga la partecipazione alle attività inerenti l'eredità culturale"; "Le Parti si impegnano a: promuovere azioni per migliorare l'accesso all'eredità culturale, in particolare per i giovani e le persone svantaggiate, al fine di aumentare la consapevolezza sul suo valore, sulla necessità di conservarlo e preservarlo e sui benefici che ne possono derivare". Anche nel campo dell'educazione scolastica e permanente, l'Europa si impegna a promuovere l'accessibilità e l'inclusione (v. sito web 2). Il progetto Europa 2020 della Commissione Europea sottolinea globalmente il carattere inclusivo della strategia europea (European Agency, 2018). Nel recente documento firmato dall'Organisation For Economic Co-operation And Development (OECD) e dall'International Council of Museums (ICOM) "Culture and local development. Maximising the impact" (2019), l'inclusione attraverso il patrimonio culturale è un tema trattato specificamente e visto come strategia "così da riuscire a: – Cambiare la percezione delle persone sui propri bisogni e problemi e renderle più proattive nel migliorare la propria vita; – Aumentare il benessere delle persone, con particolare attenzione ai gruppi emarginati; – Accrescere la fiducia in se stessi delle persone, potenziando le loro capacità e migliorando le competenze utili all'inserimento professionale; – Migliorare la coesione sociale". Numerosi altri documenti europei ribadiscono lo stretto legame tra l'uso del patrimonio culturale, l'accessibilità, il coinvolgimento e l'inclusione, in particolare di cittadini svantaggiati, marginalizzati o potenzialmente esclusi. Ricordiamo solo che questi concetti sono rinforzati dal primo dei "Five pillars", "Cultural Heritage for an inclusive Europe, participation and access for all", del documento "New Framework for Action on Cultural Heritage" del 2018 (v. sito web 3), con l'esortazione a rompere qualsiasi barriera all'accesso culturale. L'accessibilità per tutti è ancora considerata una sfida per i musei; risulta infatti pressoché in tutto il mondo che si tratta di un obiettivo ben lontano dai valori e numeri auspicati. Come affrontare la sfida? Numerose ricerche e sperimentazioni sono in corso (e pubblicate) per chiarire l'impatto di barriere fisiche, economiche, ma anche culturali che impediscono o riducono l'accesso, e quali strategie risultino al momento più efficaci per superarle (ad esempio: Cetorelli & Guido, 2018). Sono sorti per questo obiettivo numerosi gruppi specialistici nei vari musei del mondo, tra i quali il DEAI (Diversity, Equity, Accessibility & Inclusion) dell'American Alliance of Museums, ma è da segnalare tra quelli nazionali il consorzio museale WELCOME dei musei toscani, dedicato proprio all'accessibilità per persone svantaggiate. Nel concetto di accessibilità, tradizionalmente, è contemplato il concetto di barriera, cioè di un qualche fattore che ostacola la fruizione di un bene o di un servizio, nel nostro caso del patrimonio culturale. L'attenzione alle barriere architettoniche e ad altri

eventuali ostacoli all'accessibilità/fruizione fisica è molto sentita e consolidata nel mondo museale. Più recentemente è entrata in un vivo dibattito l'accessibilità culturale, che può essere ostacolata da fattori non solo economici, ma anche e soprattutto da diversità di percezioni sensoriali, motivazioni (il modello contestuale di Falk e Dierking, 2004, è esplicativo di alcune potenziali difficoltà culturali nella fruizione museale), formazione e attitudine culturale e religiosa, ma anche da rappresentazioni sociali che considerano le esperienze culturali come riservate o adatte a persone colte ed esperte. Più recentemente, anche la tecnologia digitale (o la mancanza di questa) viene vista come un fattore che può ostacolare o al contrario potenziare l'accessibilità culturale. Le strategie per superare questi ostacoli rientrano anche nei progetti di audience development, che mirano a favorire l'accesso dei "diversi" pubblici, e soprattutto nelle interessanti concezioni di audience engagement e di "museo partecipativo" (ad esempio: Simon, 2010), che aspirano a promuovere una attiva e creativa partecipazione dei pubblici alle esperienze e alle policies museali. Oltre quindi ai progetti e alle esperienze che riducono le barriere, si sviluppano percorsi più attivi e inclusivi per tutti i potenziali visitatori. In questo contesto e in queste visioni di accessibilità, le Autrici stanno sperimentando e promuovendo programmi basati sulla potenzialità trasformativa e inclusiva della narrazione o storytelling, anche in forma digitale.

LA NARRAZIONE COME STRATEGIA DI ACCESSIBILITÀ E INCLUSIONE

I musei scientifici sono stati tra le prime istituzioni museali ad adottare strategie di comunicazione e mediazione in forme narrative per promuovere l'accessibilità culturale, nella consapevolezza che la narrazione facilita la comprensione delle esposizioni e coinvolge maggiormente i visitatori, rispetto alle strategie descrittive o esplicative (ad esempio: Dahlstrom, 2014; Allen & Giampietro, 2006). Le esposizioni raccontano storie sui musei stessi e sugli oggetti/esemplari e sulle culture che li interpretano. Molteplici forme di narrazione sono oggi elementi della comunicazione museale (anche con tecniche immersive e plurisensoriali), a integrazione delle esposizioni e delle pratiche educative. In particolare nei musei scientifici gli stimoli narrativi iniziano spesso anche dagli edifici museali (ne sono esempi il MUSE di Trento e il Museo di Storia Naturale del Mediterraneo di Livorno).

I fondamenti della strategia narrativa poggiano sul paradigma delle potenzialità della narrazione, alla quale viene riconosciuto un ruolo nella comunicazione, nella formazione, nella costruzione di conoscenze e nell'apprendimento, nel dialogo tra diverse culture e nella definizione di identità individuali e di comunità (ad esempio: Bruner, 2002a, 2002b; Demetrio, 1996, 2012; Graesser & Ottati, 1995). La narrazione è infatti

una forma di pensiero e proprietà espressiva universale del genere umano: tutti i codici culturali formali o informali, incluse le espressioni artistiche, si strutturano sotto forma di narrazione. Questa forma comunicativa è pratica, immediata, diretta e pertanto accessibile anche a chi non possiede una solida (o diversa) cultura formale. Inoltre, la narrazione coinvolge le persone, sia narratori che ascoltatori, in una relazione empatica, non solo mentale. Infine, stimola l'ispirazione e la creatività che alimentano nuove idee, storie e significati e nuove forme culturali. Al pensiero narrativo e alla sua espressione sotto forma di storie viene attribuito oggi un valore paradigmatico nell'interpretazione della complessità della realtà e un ruolo formativo nella ristrutturazione dei modi di pensare e della conoscenza (Bateson, 1989; Morin, 2000; Allen & Giampietro, 2006), oltre che nel potenziamento delle relazioni sociali e comunitarie. Di conseguenza, l'educazione moderna tende ad alimentare le forme comunicative o culturali che si esprimono attraverso storie, riconoscendone il valore cognitivo, costruttivo, dialogico, empatico ed etico. Nei musei, attualmente, vengono particolarmente incoraggiate anche le storie che i pubblici costruiscono con le loro esperienze e impressioni (la narrazione inclusiva). In molti musei l'ascolto o la produzione di storie da parte dei pubblici è parte integrante dei progetti educativi, in particolar modo dei programmi interculturali (vedi ad esempio: Bodo et al., 2016); l'attività narrativa stimola il coinvolgimento e valorizza risorse ed esperienze cognitive e affettive dei visitatori. In una prospettiva di lifelong learning, di accessibilità, inclusione e di partecipazione diretta dei pubblici dei musei la narrazione – lo storytelling – ha un ruolo unico e insostituibile.

IL DIGITAL STORYTELLING. OBIETTIVI E METODOLOGIA

L'AVICOM (il Comitato ICOM per l'audiovisivo e i social media) incoraggia l'uso delle risorse digitali proprio come strumenti per "la riduzione delle barriere e l'inclusione" (Tokyo, 2019). Ancora la Convenzione di Faro (v. sito web 1) stabilisce che "Le Parti si impegnano a sviluppare l'utilizzo delle tecnologie digitali per migliorare l'accesso all'eredità culturale e ai benefici che ne derivano: [...] adoperandosi per abbattere gli ostacoli che limitano l'accesso alle informazioni sull'eredità culturale, specialmente a fini educativi, proteggendo nel contempo i diritti di proprietà intellettuale". Tra le forme di narrazione museale, quindi, si sta sperimentando il digital storytelling (DS) o narrazione digitale: un racconto breve con testi, immagini, video, voce ed effetti sonori, che combina le potenzialità della narrativa tradizionale con quelle creative del mezzo digitale. Il DS richiede, armonizza e potenzia competenze narrative, linguistiche, ma anche disciplinari, artistiche, musicali, logiche, tecnologiche; coinvolge cognitivamente ed emotivamente; è capa-

ce di impegnare varie forme di intelligenza, incluse quella emozionale e sociale. È anche considerato un prezioso strumento di valore sociale, democratico e trasformativo, efficace anche con soggetti vulnerabili o marginalizzati ed esclusi, come disabili, malati, anziani, rifugiati, minoranze ecc. (Lambert, 2013). Può essere proposto ai visitatori con modalità diverse (le storie sono realizzate dagli operatori museali o dai visitatori; sono utilizzate nel corso della visita o dopo; arricchiscono le esposizioni o valorizzano esperienze), per rinforzare le relazioni tra museo e visitatori e/o come opportunità di formazione o scambio culturale. Esistono numerose sperimentazioni di successo, nei musei d'arte e scientifici del mondo, che stimolano ad ampliarne l'uso e ad esplorarne le numerose potenzialità. Le Autrici hanno quindi sperimentato il DS in numerosi musei italiani e di altri Paesi europei, inclusi musei scientifici, per la formazione degli operatori museali a forme di narrazione moderne, coinvolgenti e mediatiche; per valorizzare e rendere più fruibili, attraenti e interpretabili collezioni museali; per promuovere una attiva partecipazione dei visitatori; per il dialogo e l'accessibilità interculturale; per l'inclusione di cittadini potenzialmente marginalizzati. Vogliamo ricordare, ad esempio, il progetto europeo Diamond (Da Milano & Falchetti, 2014; Falchetti, 2014; Falchetti, 2016), sviluppato appositamente per verificare le potenzialità del DS in persone con disabilità (in questo caso non udenti) o potenzialmente escluse o marginalizzate (anziani, detenuti, migranti adulti e minori non accompagnati). Tutti i partecipanti, in tre Paesi europei, sono stati accolti in musei scientifici e assistiti nell'interpretazione delle esposizioni e nella realizzazione di DS personali (circa 250). L'esperienza è stata molto concentrata sul processo partecipativo e sul dialogo che proprio la struttura narrativa alimenta e non solo sul "confezionamento" del prodotto, che tuttavia ha costituito lo stimolo chiave del coinvolgimento e della partecipazione attiva e vissuta emozionalmente. Le diverse narrazioni sono nate dai percorsi museali, dai ricordi e dalle culture personali e dallo scambio con gli operatori, tutti fattori che hanno determinato il successo del progetto, superando ostacoli linguistici, culturali, percettivo-sensoriali, espressivi; rinforzando autostima e fiducia nelle istituzioni museali; fidelizzazione. L'attrattiva che deriva dal mezzo digitale e le sue potenzialità espressive ed estetiche (video, voci narranti, immagini, suoni, musiche...) ha certamente giocato un ruolo fondamentale nell'attivazione di creatività, ma anche dello sforzo interpretativo delle collezioni. Il risultato finale del progetto è stato la facilitazione di un processo inclusivo e partecipativo. L'uso del DS a scopo di accessibilità e inclusione sociale di nuovi cittadini migranti, potenzialmente esclusi dalla partecipazione alla cultura, è stato promosso con un gruppo di musei pugliesi, i cui operatori hanno accettato di mettersi in discussione e sperimentare personalmente le potenzialità di questo strumento

digitale, sia come verifica delle proprie attitudini, capacità narrative e disponibilità all'apertura verso altre espressioni culturali, sia per arricchire le esposizioni di nuove interpretazioni e narrazioni, prodotte "per o in sinergia con" i nuovi cittadini. Il progetto "Musei accoglienti" (Falchetti & Guida, 2019) ancora una volta ha permesso di verificare il potere del DS nell'incrementare creatività e partecipazione emozionale oltre che cognitiva e nell'arricchimento delle capacità comunicative delle persone coinvolte, siano esse operatori museali o migranti.

Per promuovere la sperimentazione e l'uso del DS, le Autrici hanno organizzato numerosi corsi per operatori museali anche scientifici (alcuni in collaborazione con l'Associazione Melting Pro di Roma) in varie regioni italiane; uno di questi corsi, svoltosi a Firenze nel gennaio 2018, era dedicato proprio agli operatori museali del gruppo WELCOME che sostiene l'accessibilità per soggetti disabili o svantaggiati. Il DS è stato anche ripetutamente utilizzato dalle Autrici per sensibilizzare, attraverso storie digitali prodotte da studenti, cittadini scarsamente sensibili al patrimonio culturale o per valorizzare reperti e monumenti. Ne sono un esempio le serie di DS prodotte in Sardegna per valorizzare il patrimonio statuario di Mont'e Prama, *We are Mont'e Prama* (v. sito web 4) (fig. 1), e a Roma per promuovere una partecipazione più attiva

e consapevole dei cittadini verso i Mercati di Traiano, *Live Museum/Live Change* (v. sito web 5), con notevoli cambiamenti di attitudine e interesse nei partecipanti e negli operatori museali.

CONCLUSIONI

Stiamo ancora monitorando l'impatto del DS e soprattutto l'uso nei musei coinvolti nelle varie sperimentazioni. Tuttavia, nelle esperienze fin qui condotte, il DS si è rivelato uno strumento idoneo a mediare conoscenze, promuovere interessi e partecipazione, a rinforzare le relazioni tra museo e visitatori ed è apparso come una grande opportunità per attivare processi di consapevolezza/riflessione e aggiornamento per gli operatori museali ai fini dell'accessibilità e della comprensione delle esigenze culturali dei diversi pubblici (inclusive and participatory museum). Si è rivelato inoltre uno strumento adeguato e accessibile sia dal punto di vista tecnico che della sostenibilità economica per piccoli e grandi musei, per esperti/non esperti di comunicazione digitale e anche per i visitatori "con necessità speciali". Per l'accessibilità museale, il DS rappresenta uno strumento di dialogo e inclusione innovativo e potente, un'opportunità di rinnovamento nel rapporto con i cittadini e nondimeno di valutazione dell'impatto, della qualità e dell'efficacia dell'attività museale nel



Fig. 1. Dalla storia scritta alla storia digitale. La fase di editing del digital storytelling per la valorizzazione delle statue di Mont'e Prama.

favorire l'accesso e la partecipazione. Esaminando le esperienze di DS alla luce di una breve analisi SWOT, possiamo identificare come punti di forza (Strengths) la narrazione in tutte le sue forme e nel contesto narrativo museale e le risorse digitali; come punti di debolezza (Weaknesses) l'eventuale poca pratica digitale di alcuni soggetti; come opportunità (Opportunities) la promozione dell'accessibilità per numerosi soggetti vulnerabili o potenzialmente marginalizzati/esclusi, il potere di coinvolgimento, le potenzialità nel dialogo interculturale, nella promozione di nuove narrazioni museali, l'impatto sulle competenze di base, trasversali e soft; come minacce (Threats) l'impegno che una simile strategia richiede agli operatori museali. Vale la pena comunque di sperimentare ulteriormente la pratica del DS per promuovere, sull'esempio del DEAI dell'American Alliance of Museums, diversità, equità, accessibilità e inclusione.

BIBLIOGRAFIA

ALLEN T.F.H., GIAMPIETRO M., 2006. Narratives and transdisciplines for a post-industrial world. *System Research and Behavioral Science*, 23: 595-615.

BATESON G., 1989. *Dove gli angeli esitano*. Adelphi, Milano, 332 pp.

BODO S., MASCHERONI S., PANIGADA M.G. (a cura di), 2016. *Un patrimonio di storie*. Mimesis, Milano, 238 pp.

BRUNER J., 2002a. *La cultura dell'educazione*. Feltrinelli, Milano, 235 pp.

BRUNER J., 2002b. *La fabbrica delle storie*. Editori Laterza, Bari, 134 pp.

CETORELLI G., GUIDO M.R. (a cura di), 2018. *Il patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Quaderni della Valorizzazione - NS 4, MiBACT (<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/06/Il-patrimonio-culturale-per-tutti.-Fruibilita%CC%80-riconoscibilita%CC%80-accessibilita%CC%80-Quaderni-della-valorizzazione-NS-4.pdf>).

DAHLSTROM M.F., 2014. Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. *PNAS*, 111(4): 13614-13620.

DA MILANO C., FALCHETTI E., 2014. *Storie per i musei. Musei per le storie*. Vetrani Ed., ISBN 978-88-940293-0-7, 120 pp.

DEMETRIO D., 1996. *Raccontarsi. L'autobiografia come cura di sé*. Raffaello Cortina Editore, Milano, 230 pp.

DEMETRIO D., 2012. *Educare è narrare*. Mimesis, Milano, 320 pp.

EUROPEAN AGENCY FOR SPECIAL NEEDS AND INCLUSIVE EDUCATION, 2018. *Promoting Common Values and Inclusive Education. Reflections and Messages* (Soriano V., Hughes G. eds). ISBN: 978-87-7110-775-3 (Electronic) (https://www.european-agency.org/sites/default/files/promoting_common_values_and_inclusive_education.pdf).

FALCHETTI E., 2014. *Dal pensiero narrativo allo storytelling digitale*. In: Da Milano C., Falchetti E., *Storie per i musei. Musei per le storie*. Vetrani Ed., ISBN 978-88-940293-0-7, pp. 35-48.

FALCHETTI E., 2016. *Le storie dal Museo ai visitatori e ritorno: il progetto Diamond e lo storytelling digitale*. In: Bodo S., Mascheroni S., Panigada M.G. (a cura di), *Un patrimonio di storie*. Mimesis, Milano, pp. 179-198.

FALCHETTI E., GUIDA M.F., 2019. *MUA - Musei Accoglienti. Un modello di Governance per l'intercultura*. In: Dal Lago A., Falchetti E. (a cura di), *Atti del XXVIII Congresso ANMS, I musei scientifici nell'anno europeo del patrimonio*. Vicenza 24-26 ottobre 2018. *Museologia Scientifica Memorie*, 20: 104-107.

FALK J.H., DIERKING L., 2004. *The contextual model of learning*. In: Anderson G. (ed), *Reinventing the Museum*. AltaMira Press, pp. 139-142.

GRAESSER A.C., OTTATI V., 1995. *Why stories? Some evidence, questions, and challenges*. In: Wyer R.S. Jr. (ed), *Advances in social cognition. Vol. 8. Knowledge and memory: The real story*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., pp. 121-132.

LAMBERT J., 2013. *Digital Storytelling. Capturing Lives. Creating Community*. Story Center, 5th edition, 224 pp.

MORIN E., 2000. *La testa ben fatta*. Raffaello Cortina Editore, Milano, 152 pp.

OECD, ICOM, 2019. *Culture and local development. Maximising the impact. Guide for Local Governments, Communities and Museums* (https://icom.museum/wp-content/uploads/2019/08/ICOM-OECD-GUIDE_EN_FINAL.pdf).

SIMON N., 2010. *The participatory Museum*. Museum 2.0. Santa Cruz, California. ISBN-13: 978-0-615-34650-2, 349 pp.

Siti web (ultimo accesso 28.02.2020)

- 1) Council of Europe, 2005. *Convention on the Value of Cultural Heritage for Society (Faro Convention, 2005)* <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/199>
- 2) Commissione Europea, 2010. *Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva* <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20IT%20BARROSO%20-%20Europe%202020%20-%20IT%20version.pdf>
- 3) Commission Staff Working Document, 2018 <https://ec.europa.eu/culture/sites/culture/files/library/documents/staff-working-document-european-agenda-culture-2018.pdf>
- 4) We are Mont'e Prama <https://monteprema.it/we-are-monte-prama/>
- 5) Live Museum Live Change <http://www.pav-it.eu/live-museum-live-change/>