

Studi e ricerche del Dipartimento di Lettere e Filosofia

12

Museo Facile

Progetto sperimentale di comunicazione
e accessibilità culturale

a cura di
Ivana Bruno

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

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

Direzione scientifica
Edoardo Crisci

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

Cura scientifica
Ivana Bruno

Redazione
Valeria Pica

Progetto grafico di copertina e staccapagine
Sara Leone

Progetto grafico, impaginazione e stampa
Cesarina Iritano, Rubbettino print

Fotografie a colori ed elaborazione delle immagini
Gaetano Alfano

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

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

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

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

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

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

Enti promotori

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

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

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

Partners

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

Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi ONLUS-Roma

Istituto Statale Sordi di Roma

Unione Nazionale per la Lotta contro l'Analfabetismo

Coordinamento scientifico-organizzativo

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

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

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

Ideazione

Ivana Bruno
Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

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

Comitato scientifico

Matilde Amaturò

Museo Hendrik Christian Andersen di Roma

Ivana Bruno

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Patrizia De Socio

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Marina Di Berardo

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

Mario Andrea Ettore

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

Vitaliano Gemelli

Unione Nazionale Lotta contro l'Analfabetismo

Gianluca Lautà

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Maria Vittoria Marini Clarelli

Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea

Fiorenza Taricone

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Design dei pannelli didattici, modello digitale 3D e grafica

Lorenzo Mattone

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

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

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

Federazione Nazionale delle Istituzioni Pro Ciechi ONLUS-Roma

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

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

Istituto Statale Sordi di Roma

Traduzioni in inglese

Valeria Pica

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Tirocinanti

Semplificazione testi

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

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

Apparati comunicativi

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

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

Educazione al patrimonio culturale

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

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

Intercultura

Francesca Caparco, Milena Integlia, Sara Leone

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

Promozione

Roberta Bartoli, Francesco Tersigni

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

Divulgazione in rete

Alessandra Chiarlitti, Stefania Vitti, Antonio Zecca

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

Assistenza tutor progetto

Alessandra Chiarlitti

Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale

Assistenza tutor a.a. 2012-2013

Valentina Filamingo

Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea

Alessio Fracassi

Università degli Studi della Tuscia-Viterbo

Assistenza tutor a.a. 2013-2014

Elena Gradini

Università degli Studi della Tuscia-Viterbo

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

Sommario

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

INTRODUZIONE

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

PARTE PRIMA

IL PROGETTO. LINEE TEORICHE

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

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

PARTE SECONDA
IL PROGETTO. GLI ESITI

Apparati comunicativi

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

Semplificazione dei testi

173 Gianluca Lautà

L'esperienza di tirocinio:

la semplificazione dei testi del Museo H.C. Andersen

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

Il pannello Museo Facile per Il Centro Mondiale di Comunicazione.

Indagini preliminari e metodologia

Educazione al patrimonio

179 Marina Di Berardo

Andare al museo... tornare a casa.

Processi formativi per l'Hendrik Christian Andersen di Roma

180 Alessio Fracassi

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

184 Maria Rosaria Giocondo

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

186 Elisa Marrocco

Museo Facile per Conversazioni d'arte

Patrimonio e intercultura

189 Vinicio Ongini

Nelle scuole multiculturali il laboratorio del futuro

192 Milena Integlia

Indagini preliminari. Analisi delle comunità straniere

194 Francesca Caparco

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

196 Sara Leone

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

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

199 Ivano Spano

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

200 Luca Des Dorides

Visitatore sordo e museo inclusivo

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

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

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

La promozione

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

La divulgazione in rete

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

PARTE TERZA ESPERIENZE A CONFRONTO

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

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

IVANA BRUNO*

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

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

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

Le ragioni di Museo Facile

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

Analogo e altrettanto arduo è il compito della comunicazione nel museo. Tale attività costituisce una delle funzioni prioritarie previste dallo status giuridico di questa istituzione e dovrebbe concorrere a rendere il museo – per riprendere una definizione assai nota – una «machine à voir» e una «machine à entendre», una struttura cioè funzionale alla comprensione delle opere esposte e dunque alla trasmissione della cultura².

* Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

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

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

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

L'importanza di questo ruolo, così efficacemente esplicitata quarant'anni fa da Carlo Ludovico Ragghianti – figura di spicco della storia dell'arte, impegnato sia nel campo della conservazione del patrimonio artistico, sia della sua divulgazione – è oggi al centro dell'attenzione degli studi di museologia, ma anche di numerose iniziative intraprese in ambito museale³.

Il destinatario privilegiato al quale sono rivolti i nuovi indirizzi di ricerca e le recenti strategie operative è il pubblico, o meglio dire, i pubblici, cioè i diversi tipi di visitatori del museo⁴.

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

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

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

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

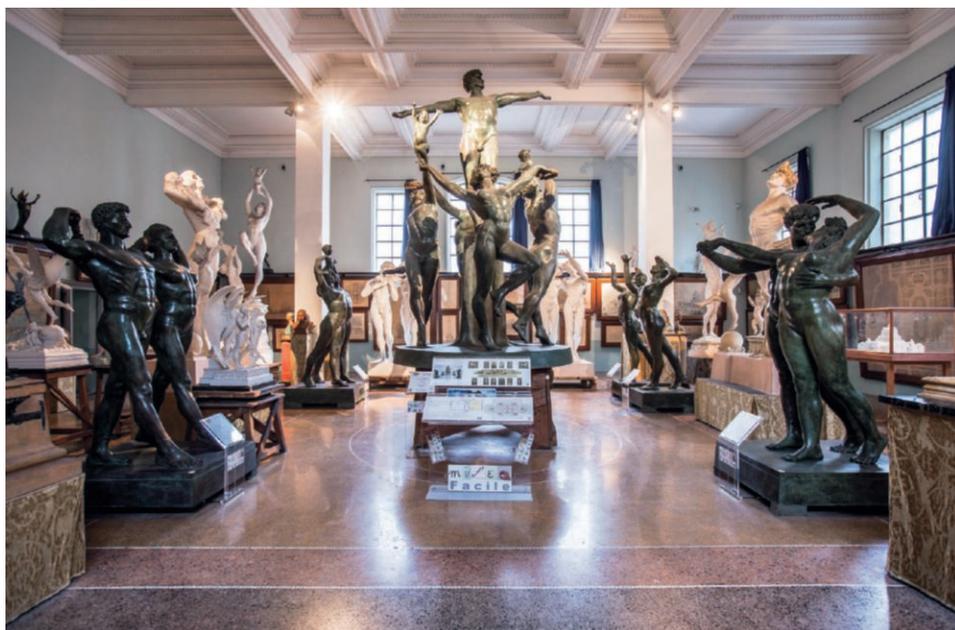


La Fine
Gli



The Fountain of Life

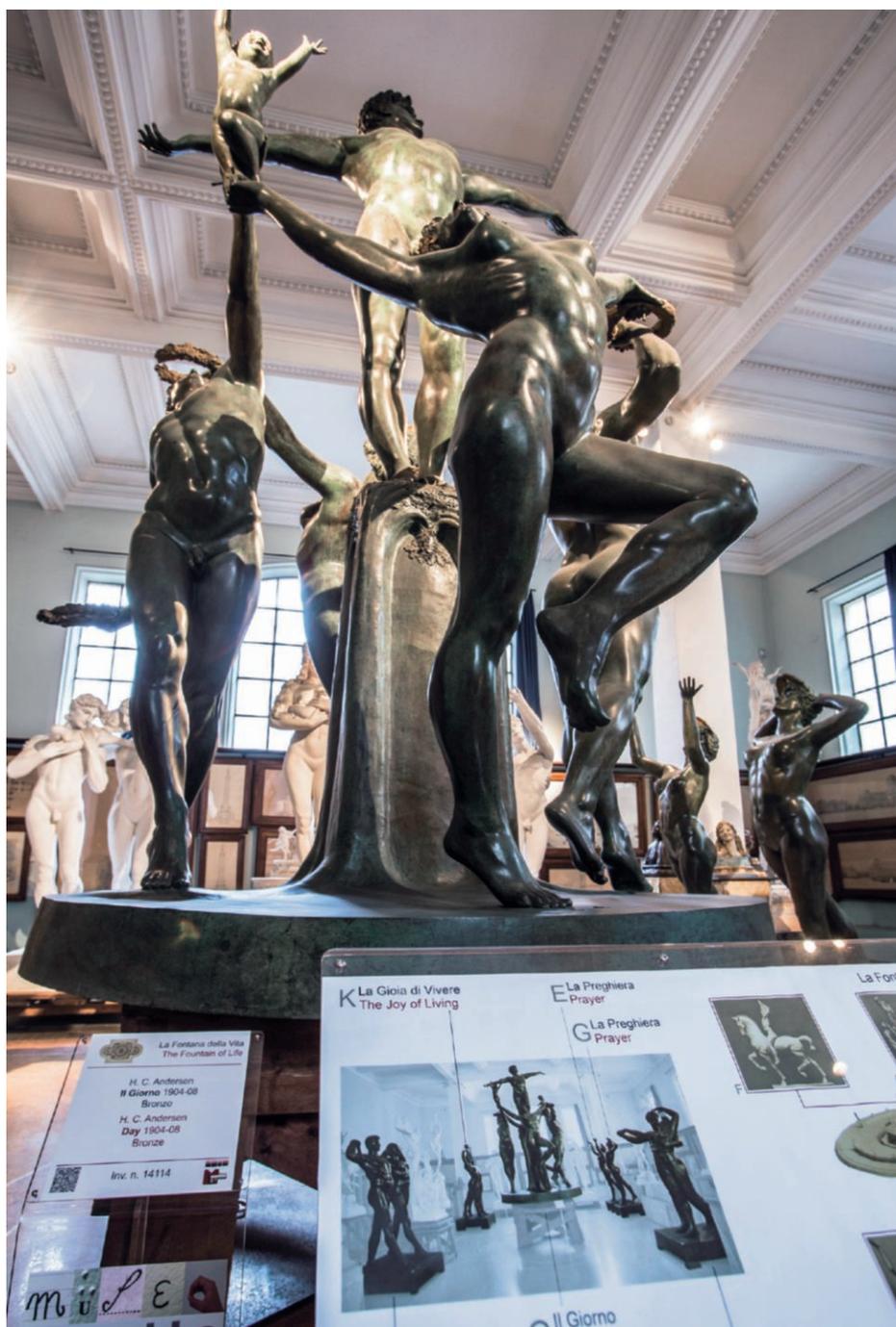




Tavv. 14-15. Nel Museo hanno inserito da pochi mesi nuovi apparati comunicativi realizzati con il progetto *Museo Facile*. Nelle due sale al pianterreno c'è un totem con tutte le informazioni necessarie, per pubblici diversi



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



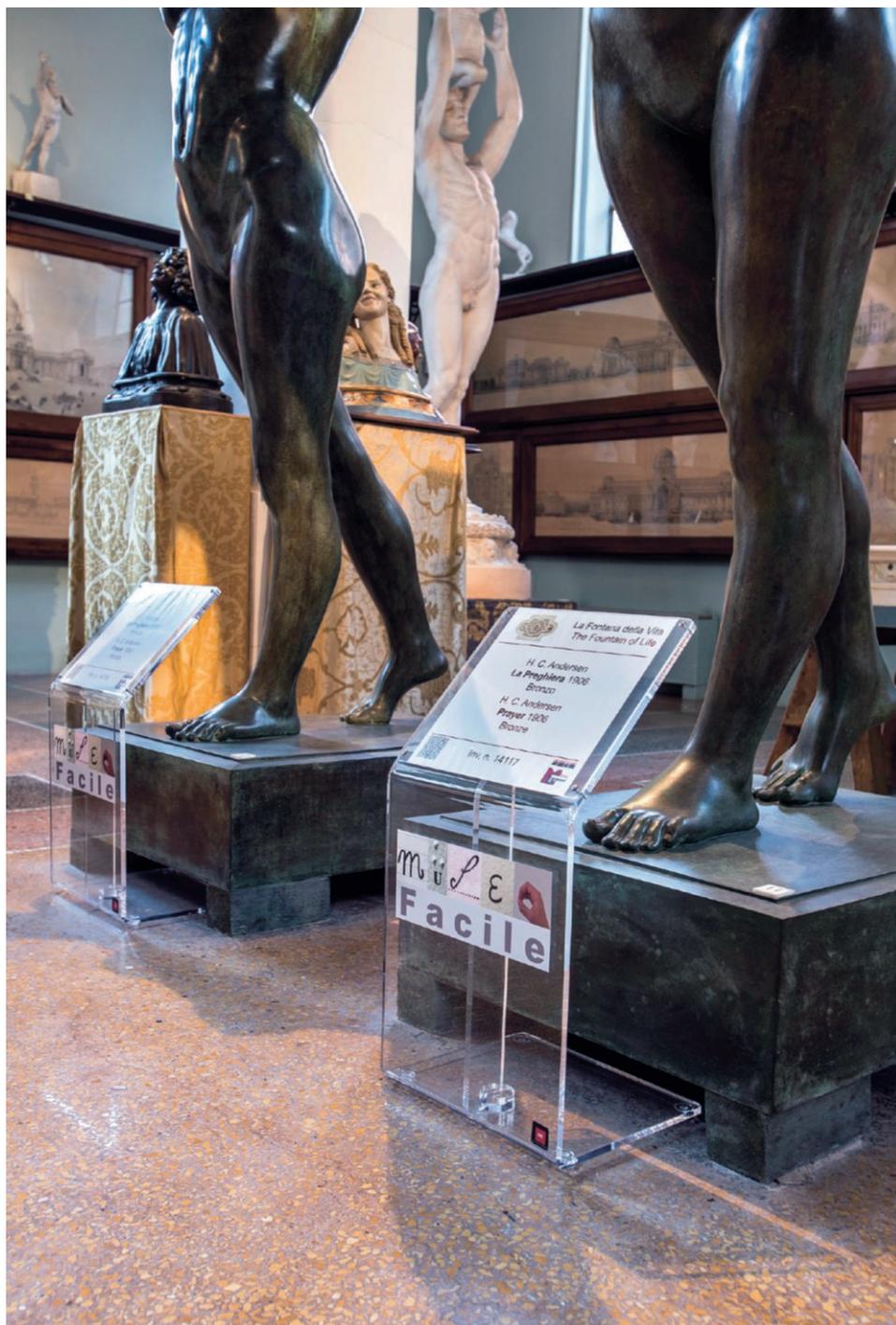
Tav. 18. Museo Facile riguarda in modo specifico le opere che l'artista realizzò per la *Fontana della Vita*, cuore del *Centro Mondiale di Comunicazione*, l'utopistico progetto di Andersen. Il totem con i nuovi apparati comunicativi posto al centro della Galleria riproduce, isolandole graficamente,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



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



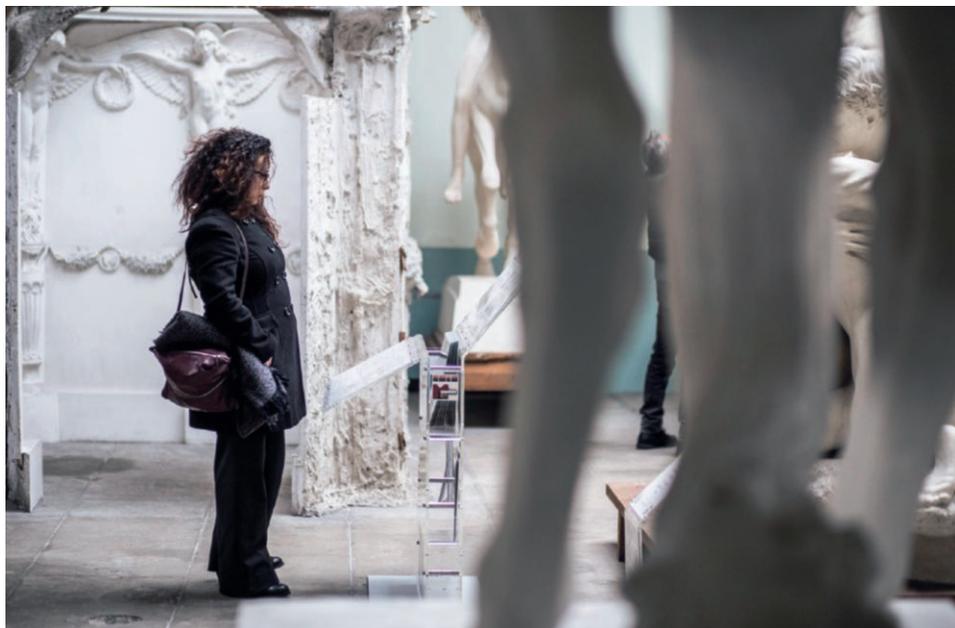
Tav. 20. Mi avvicino ai cartellini. Contengono, oltre alle indicazioni sull'opera, una pianta della *Fontana della Vita*, un QR Code e il logo del progetto *Museo Facile*



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



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



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



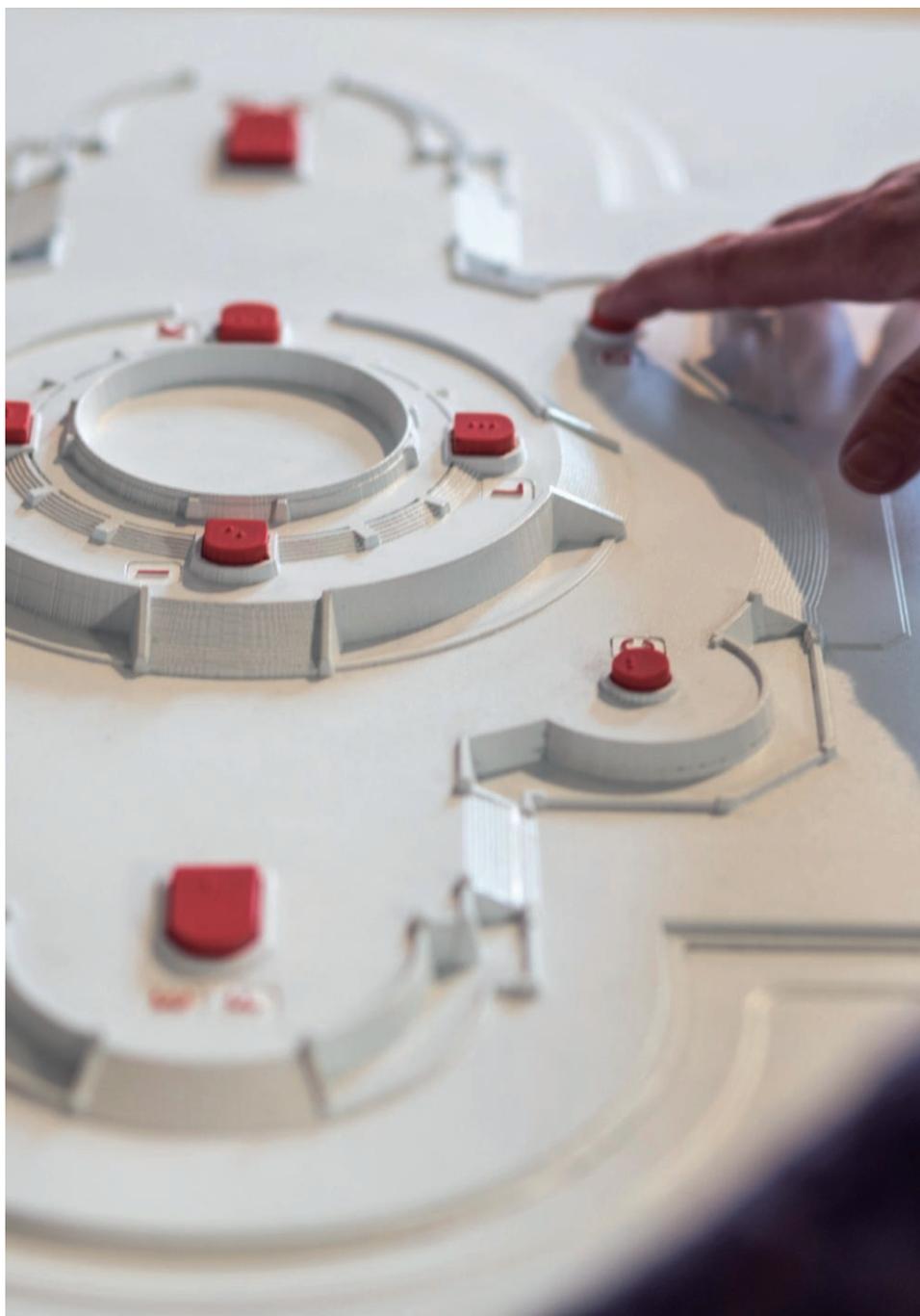
Tav. 24. Un visitatore legge i contenuti delle schede



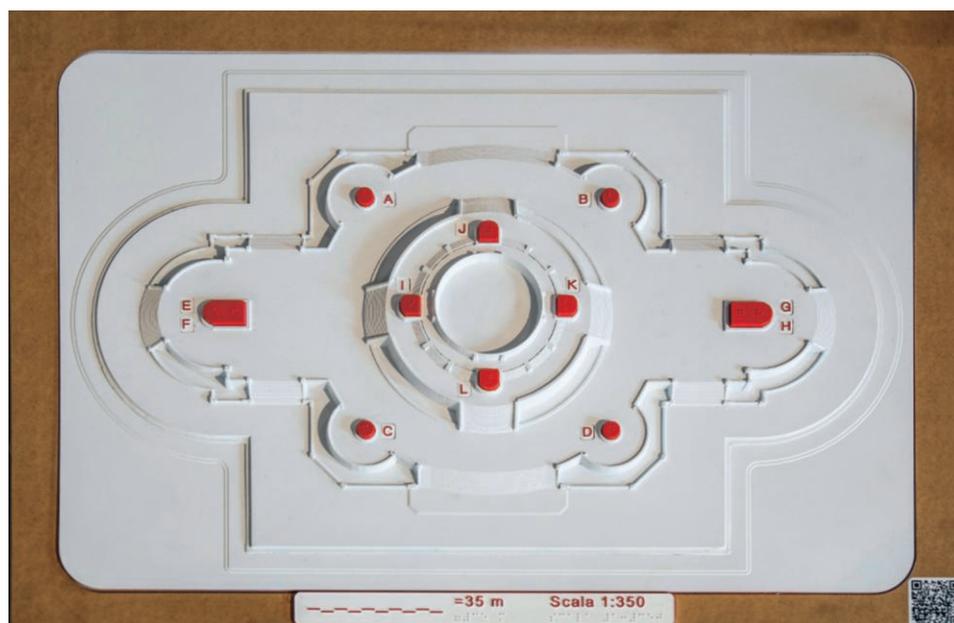
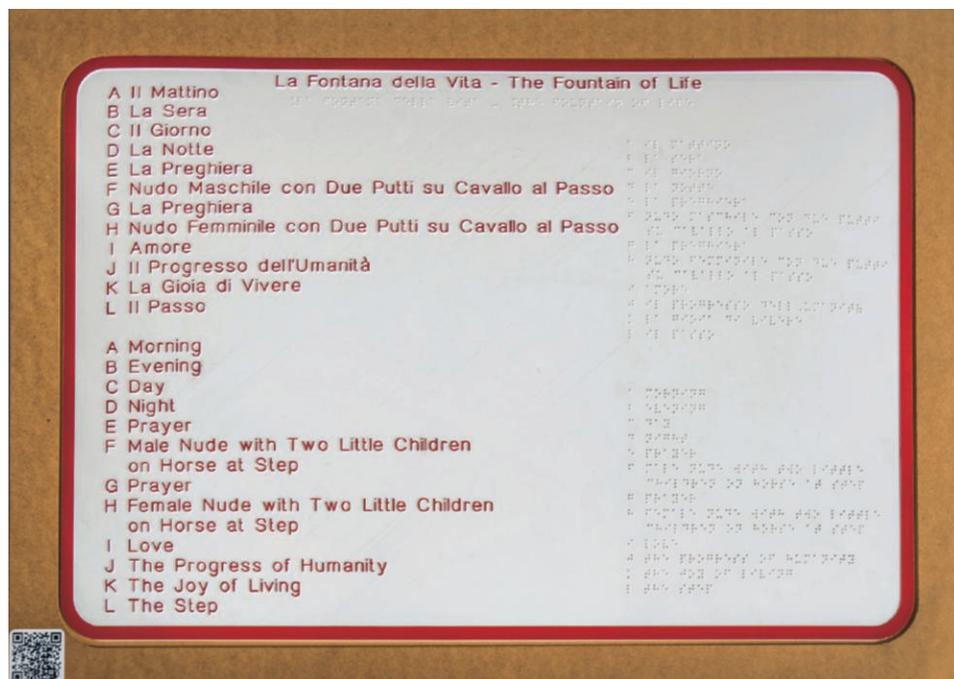
Tavv. 25-27. Altri visitatori commentano le schede informative davanti l'opera e sfogliano la brochure del progetto *Museo Facile*



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



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



Tavv. 30-31. Sul tavolo, accanto al modello tattile della *Fontana della Vita*, si trova la legenda in braille



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



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



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

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

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

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

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

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

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

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

il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, che ha coinvolto sia gli studenti dell'Ateneo di Cassino sia altri partner, portando alla sperimentazione di un prototipo di sistema integrato di comunicazione nel Museo Hendrik Christian Andersen di Roma⁷.

Il progetto prende spunto da una serie di assunti fondamentali: se è vero che il museo comunica attraverso le opere, che sono segni visivi, è altrettanto vero che non sempre il loro significato è immediatamente chiaro a tutti i visitatori. Per questo serve che l'esposizione, in cui entrano in gioco vari elementi (dallo spazio all'allestimento, dai supporti all'illuminazione), ne fornisca le più idonee e chiare chiavi di lettura. In questo contesto gli apparati testuali, pur non costituendo il principale mezzo di comunicazione, ricoprono un ruolo importante: essi non devono essere fini a loro stessi o cercare di sostituire l'efficacia della parola scritta alla forza comunicativa che deve derivare naturalmente da una corretta presentazione espositiva delle opere, ma servono ad orientare il pubblico, a identificare le opere e a indirizzare verso una migliore comprensione di esse⁸.

L'idea progettuale da cui *Museo Facile* ha preso le mosse – come già chiarito da Patrizia De Socio – è stata quella di rendere l'ambiente di apprendimento museale accogliente ed efficace nei confronti di chi abbia difficoltà a partecipare attivamente alle offerte culturali del Paese perché non ancora in grado di padroneggiare l'uso della lingua, se non per testi elementari (immigrati, Nuovi Arrivati in Italia), o di converso non possenga più la capacità di farlo perché in condizioni di regressione culturale (analfabeti di ritorno), o ancora, a causa della sordità, si veda preclusa la piena comprensione della lingua, oppure, perché cieco o ipovedente, abbia la necessità del supporto di appositi dispositivi⁹. Ripensare la comunicazione nel museo concependo e sviluppando ogni intervento sulla base anche delle esigenze di questi visitatori non può che avere una ricaduta positiva su tutti i tipi di pubblico.

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

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

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

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

Il progetto – concepito come un'occasione di ricerca e di sperimentazione anche nel campo della didattica universitaria – ha preso dunque l'avvio da una riflessione sistematica sull'uso della lingua in contesti museali e dall'analisi e misurazione dell'efficacia dei sistemi di comunicazione¹⁰.

Sono stati quindi definiti i settori d'intervento, realizzati gruppi di lavoro, individuati i temi di approfondimento e calendarizzati i vari incontri sia formativi, sia di confronto tra le aree di ricerca¹¹.

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

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

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

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

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

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

Un Museo Facile all'Andersen di Roma

Fin dall'inizio del progetto, il luogo di sperimentazione e applicazione è stato il Museo Hendrik Christian Andersen di Roma, struttura satellite della Soprintendenza alla Galleria nazionale d'arte moderna fino all'inizio del 2015¹².

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

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

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

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

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



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



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

piano, già abitazione di Andersen, oggi utilizzato per mostre temporanee. Il secondo piano, invece, è occupato dagli uffici del museo, dalla biblioteca, dall'archivio e da una sala conferenze¹³.

La collezione conta numerose sculture tra gessi e bronzi – 47 delle quali di grandi dimensioni – più di 200 dipinti e 350 opere grafiche. Una raccolta quasi tutta incentrata attorno all'idea utopica di una grande città mondiale, il *World Centre of Communication*, nella quale potessero confluire i più alti risultati scientifici e artistici conseguiti nel campo delle arti, delle scienze, della filosofia, della religione e della cultura fisica dalle nazioni di tutto il mondo e in essa trovare sviluppo e applicazione per favorire il progresso e, di conseguenza, il bene dell'umanità¹⁴. L'idea si materializzò in un articolato progetto, messo a punto insieme con l'architetto francese Ernest Michel Hébrard tra il 1901 e il 1911 e presentato in un volume pubblicato nel 1913 con il titolo *Creation of a World Centre of Communication*, un esemplare del quale è esposto nella Galleria del Museo¹⁵ (fig. 3).

Nella convinzione che lo sviluppo reale dipenda dal confronto e nella fiduciosa consapevolezza che l'uomo raggiungerà i più alti livelli cercando di perseguire unità di intenti e ideali di fratellanza con gli altri uomini, questo Centro – dichiarò Andersen nell'introduzione al volume – concepito in forme grandiose, è destinato ad ospitare i risultati spirituali, intellettuali, scientifici ed economici ottenuti dagli uomini. Siamo certi, inoltre, che se questo Centro potesse essere istituito su ampia scala, offrirebbe vantaggi innegabili e illimitati alle nazioni e alle popolazioni di tutto il mondo. Esso non ospiterebbe e non riunirebbe soltanto le già ben consolidate istituzioni internazionali, ma ne faciliterebbe l'espansione. Incoraggerebbe il desiderio, sempre crescente nel mondo di vivere uniti, e darebbe un forte impulso al progresso della religione, della scienza e della giustizia¹⁶.

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

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

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

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



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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Le aree di intervento

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

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

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

Il punto di partenza sono stati alcuni aspetti decisivi della comunicazione 'interna', relativi a cartellini e pannelli²⁰. Innanzitutto la *Parola scritta nel museo*, per riprendere il titolo di un convegno organizzato nel 2008 dalla Regione Toscana con la partecipazione dell'International Council of Museums (ICOM), che ha costituito un'importante occasione di riflessione in ambito nazionale su questo tema, trattato soprattutto dalla letteratura di area anglosassone e francofona²¹.

Ecco perché la prima operazione che il gruppo di lavoro si è proposta è stata quella di semplificare i testi dei pannelli già esistenti²². Un'operazione non intesa, come spesso succede, nel senso di impoverire i contenuti, ma al contrario, come da più parti è stato sottolineato, un lavoro colto e raffinato, rivolto a sottrarre complicazione e ad aggiungere senso²³.

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

Con il suo apporto, i materiali didattici già esistenti sono stati riletti e rivisitati in funzione dei contenuti e della comprensibilità linguistica, ma anche dal punto di vista dei processi cognitivi, dei meccanismi di lettura e di elaborazione delle informazioni²⁵.

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

Diversa invece è stata l'articolazione del testo redatto per la realizzazione dei video in Lingua Italiana dei Segni (d'ora in poi LIS). Dal confronto nell'ambito dei gruppi di lavoro – e in particolare con i referenti dell'Istituto Statale Sordi di Roma che si sono occupati più direttamente degli ausili e tecnologie per l'accessibilità alle persone con disabilità uditiva – è emerso l'obbligo di utilizzare in questo caso una modalità narrativa, perché più funzionale alla trasposizione dei testi in LIS in quanto permette una maggiore ricchezza espressiva²⁶.

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

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

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

si intrecciano e fondono con la sua visibilità²⁷. Alla cura dei valori propri della scrittura semplice e chiara deve sommarsi dunque quella per la forma visiva: dalle dimensioni del testo alle caratteristiche del suo supporto, dalla sua posizione alla riconoscibilità della sua funzione nella logica discorsiva del museo, dalla sua congruità alla coerenza con il contesto.

Nel caso degli apparati testuali di *Museo Facile*, l'utilizzo del modello maieutico (domanda-risposta), oltre ad agevolare il processo di lettura e comprensione del testo, favorisce una strutturazione tipografica efficace, inducendo a organizzare lo scritto in blocchi informativi, evidenti graficamente, che possono essere letti anche in modo indipendente²⁸. Per gli stessi motivi i testi non hanno rimandi tra loro e ogni porzione di essi ha senso compiuto.

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

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

È stato questo il compito sul quale si è concentrato il secondo gruppo di lavoro, dedicato alla comunicazione museale²⁹.

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

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

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

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



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



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

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

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

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

Questo pannello è assai articolato: innanzitutto è termoformato e integra lo strumento didattico tradizionale della tavola tattile, leggibile solo dalle persone non vedenti, con un supporto grafico che lo rende accessibile a tutti, rispondendo dunque ai canoni del *design for all*³⁰. La legenda della pianta del Museo è in braille ed è redatta seguendo in maniera puntuale accorgimenti grafici che agevolano la lettura delle persone ipovedenti³¹. È stato aggiunto inoltre un QR Code che rimanda ai testi semplificati inerenti i principali aspetti della collezione, sia in italiano sia in inglese, ed ai video in LIS. Il QR Code è anche implementabile ed è stato studiato per essere accessibile ai non vedenti, individuando un'applicazione di lettura che non andasse in conflitto con il dispositivo *Voice Over* di cui sono dotati gli smartphone e corredandolo di un apposito riquadro sopraelevato per consentirne l'individuazione tattile³².

I testi semplificati, fruibili attraverso schede di sala bilingui, e l'apparato complessivo di strumenti quali QR Code, planimetrie, foto, tavole tattili termoformate, video in LIS, concorrono dunque a creare un unico sistema integrato, indicato per pubblici diversi, che trova nel progetto di una nuova tipologia di supporto comunicativo – realizzato dall'architetto Lorenzo Mattone – il suo più congeniale 'contenitore' (fig. 8)³³. Questo progetto ha comportato un impegno notevolissimo, documentato dalle sue varie redazioni, proprio perché è stato il risultato finale delle riflessioni comuni, della condivisione di obiettivi e della maturazione di tutto il gruppo di lavoro³⁴.

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

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

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

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

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

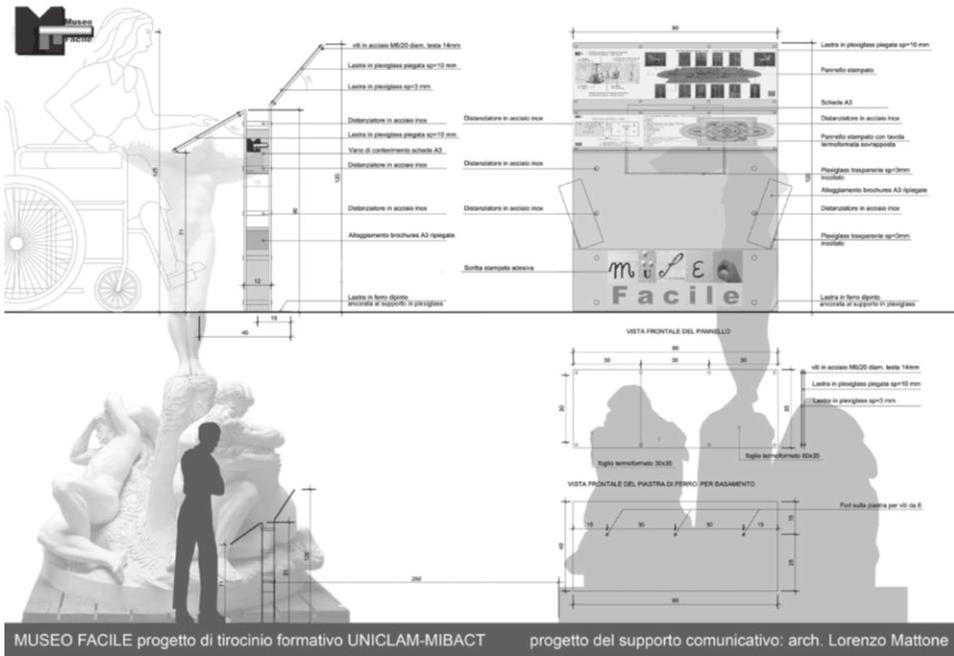
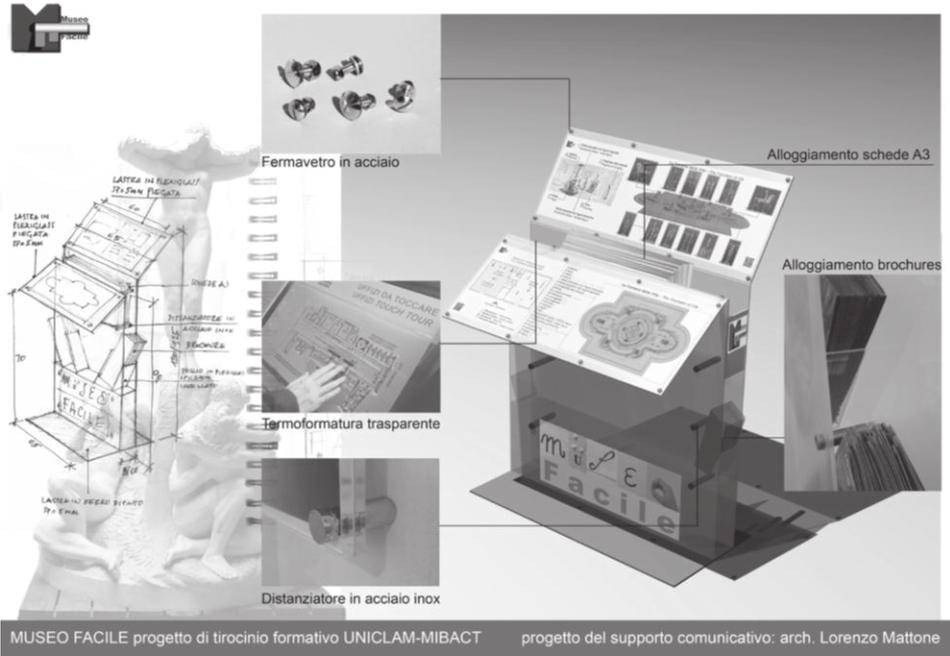


Fig. 8-9. Studio del supporto degli apparati comunicativi Museo Facile (autore: Lorenzo Mattone)

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

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

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

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

L'altro strumento che intende integrare la comunicazione all'interno del Museo è il modello tridimensionale della *Fontana della Vita*, basato su uno studio attento del volume *Creation of a World Centre of Communication* e dei materiali grafici conservati nel Museo. È un modello sia virtuale – visibile attraverso un audiovisivo che ha lo scopo di introdurre il visitatore più direttamente ed 'emozionalmente' alla comprensione della *Fontana della Vita*³⁵ – sia plastico con apposita legenda esplicativa in braille, esplorabile tattilmente e inserito all'interno del percorso museale³⁶. Il modello tattile, come risulta evidente, è uno strumento utile a tutti perché contribuisce a riportare a unità i singoli tasselli, le sculture cioè incontrate durante la visita. Accanto ad esso sono collocate statuette in bronzo realizzate dal-

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

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

lo stesso Andersen che riproducono le sculture della *Fontana della Vita*, anch'esse esplorabili tattilmente. In questo modo è favorita la percezione aptica dell'opera d'arte, facendo sì che l'esperienza percettiva del non vedente non sia affidata solo alla descrizione verbale, come spesso avviene nei musei nei quali prevale quasi sempre il divieto di toccare³⁷.

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

Durante il progetto, tuttavia, è stato studiato un percorso completo dell'Andersen 'segnato' in particolare da alcune stazioni, con l'intento di indirizzare il visitatore a soffermarsi sulle opere che più delle altre permettono di 'far parlare' il Museo. A ogni stazione corrisponde una sezione del percorso, dotata di apparati comunicativi specifici con le stesse caratteristiche di alta comprensibilità di quelli appena descritti, mirati a favorire la conoscenza e la comprensione a fondo della collezione e della casa-museo³⁸.

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

Un altro gruppo di studenti, guidati da tutor del MiBACT, si è concentrato sulla comunicazione 'esterna', insistendo anche sulla promozione e divulgazione in rete del progetto³⁹. Le azioni portate avanti sono state: il potenziamento del sito web del Museo Andersen, con l'inserimento di nuove immagini e contenuti che favoriscono e facilitano la conoscenza delle collezioni⁴⁰; la formazione di uno spazio dedicato al progetto nell'ambito dei siti web istituzionali⁴¹; la progettazione e costruzione del sito web

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

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

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

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

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

www.laboratori.unicas.it nel portale dell'Ateneo di Cassino⁴²; la creazione di un server dedicato all'interno del quale sono stati posizionati i contenuti del QR Code⁴³; l'apertura e la cura di una pagina *facebook* destinata al progetto. Sempre allo scopo di promuovere il Museo Andersen e divulgare il progetto *Museo Facile* attraverso la rete e i *social network*, utilizzando canali multimediali di diffusione come *You Tube*, sono stati ideati e realizzati un breve video sul Museo (*You Andersen*) e una *clip* sul progetto⁴⁴.

Le altre attività che hanno visto impegnati gli studenti sono state rivolte allo sviluppo del dialogo interculturale all'interno del Museo e alla progettazione di laboratori didattici e iniziative diverse di educazione al patrimonio, dall'intervento nella trasmissione *Conversazione d'arte* nella radio web dell'Unione Italiana Ciechi, a proposte didattiche basate sulla specificità del Museo Andersen, in quanto 'casa museo', e accomunate dall'intento di aprire la struttura agli stranieri e agli immigrati presenti a Roma⁴⁵.

Per rendere chiaramente riconoscibile il percorso *Museo Facile* all'interno di un allestimento già esistente, un'intensa riflessione all'interno dei gruppi di lavoro ha riguardato in particolare l'immagine coordinata⁴⁶. L'esigenza era non solo quella di caratterizzare il percorso, ma anche di mettere con forza in luce gli obiettivi del progetto. Oltre al ricorso a una presentazione grafica sempre coerente, sono stati elaborati un *brand* e

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

43. www.museofacile.unicas.it.

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

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

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

un *logo* utilizzati, secondo le esigenze, in tutti gli apparati comunicativi e nell'attività di promozione. Per la realizzazione del *logo* le proposte sul piano grafico sono state molteplici, ma sempre incentrate sul tema dell'accessibilità e della possibilità di fornire una chiave di lettura comune, che consentisse di aprire il museo a noi stessi e agli altri⁴⁷.

Il motivo caratterizzante del *brand* sono i pubblici diversi, ognuno evocato attraverso una delle lettere che compone la parola museo: la «M» scritta da un bambino, la «U» in braille, la «S» da un anziano, la «E» in cirillico, la «O» in LIS⁴⁸ (fig. 10). Oggi sia il *logo* sia il *brand* caratterizzano l'immagine coordinata del progetto e lo identificano ripetendosi con costanza durante il percorso.

Un primo bilancio

A questo punto è possibile tracciare un primo bilancio dell'esperienza formativa di *Museo Facile*, rimandando le conclusioni al momento della valutazione definitiva del progetto, quando saranno disponibili i dati raccolti attraverso un monitoraggio dei visitatori ed un'ulteriore verifica dei risultati conseguiti⁴⁹.

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

47. Le proposte sono tutte inserite nello spazio Forum del sito www.laboratori.unicas.it.

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

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

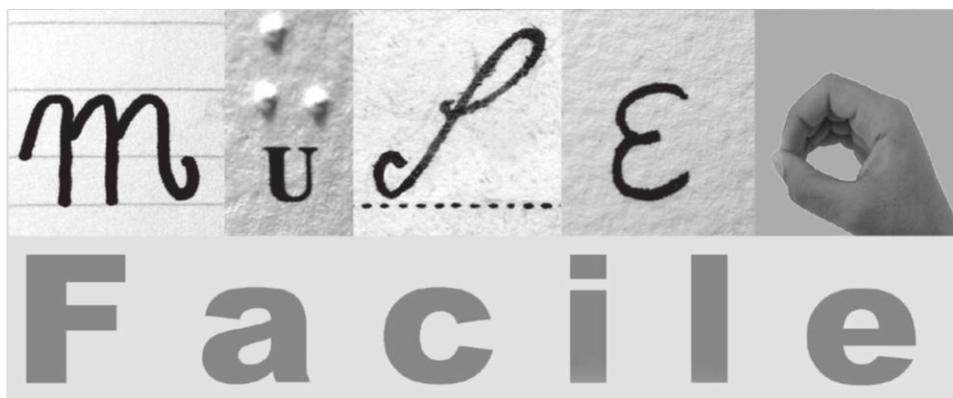


Fig. 10. Brand del progetto Museo Facile

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

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

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

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