

DIDATTICA DELLA VISITA GUIDATA

Presentazione dell'esposizione

1. Concetto di Visita GUIDATA
2. Differenza tra approccio didattico e divulgativo
3. Significato dell'apprendimento
4. Apprendimento nel contesto della visita guidata
5. Individuazione della tipologia del pubblico
6. Elaborazione del messaggio
7. Tipologie di visita guidata
8. Organizzazione di una visita guidata (tempi modi e dettagli)
9. Errori più diffusi
10. Suggestimenti pratici
11. Prova pratica

Visita Guidata:

Visita è l'atto o l'effetto del visitare; visitare è intensificativo di andare a vedere che è intensificativo di vedere, andare in un luogo e trattenervisi più o meno a lungo.

Guida è chi, precedendo o accompagnando altri, mostra o insegna loro la via da seguire/chi per mestiere illustra ai turisti le caratteristiche di una città, di un museo e similari.

Didattica:

Didattica è un termine che tornerà in questo intervento secondo due differenti accezioni: quella di didattica della visita guidata, cioè di trattazione della visita guidata dal punto di vista teorico e da quello operativo, e quella di didattica dei beni culturali, che è l'elemento fondante di questa nostra conversazione.

In quest'ultima accezione la Didattica dei Beni Culturali è un **sapere costruito sui problemi che si pongono quando si mettono in relazione soggetti in formazione e beni culturali.**

Si tratta della essenza stessa di ciò che una visita guidata deve essere, cioè una triangolazione tra

- soggetti in formazione
- oggetti del patrimonio culturale
- mediatori.

-

Riservando per dopo il problema dei mediatori e quello dei soggetti in formazione, è importante capire che cosa siano i beni culturali:

- oggetto di studio > mobilitano saperi, recano in sé segni sociali e informazioni sulla vita umana,
- strumenti > rinviano ad un mondo di esperienze e permettono di costruire conoscenze e competenze,
- fini > sono oggetto di conoscenze e competenze che fondano il loro valore e significato x individui e società culturali,
- parte di sistemi > villa veneta o opera di un artista.

Lo strumento della visita guidata, ritenuta ormai indispensabile dal grande pubblico che affolla le occasioni espositive, contiene in sé un grande rischio: che i visitatori si affidino sempre più passivamente alla spiegazione che viene loro fornita dagli operatori, senza

sviluppare una autonoma capacità percettiva e di rapporto con l'opera d'arte.

La mostra è già in sé un momento di alta divulgazione, che si risolve in un discorso fatto da un esperto, il curatore, su un argomento eminente. Il divario tra le competenze degli specialisti e quelle di un pubblico generico è talmente ampio da richiedere una mediazione che consenta di adattare il messaggio per renderlo comprensibile.

Questa trasformazione di saperi è detta anche trasposizione, ma si differenzia da quella adottata per un testo, perché consiste nel **trasporre le procedure con cui i BB CC sono utilizzati dal sapere esperto e che portano alla costruzione di testi.**

Differenza tra approccio didattico e divulgativo

A questo punto è necessario fermarci per sciogliere un nodo fondamentale: la visita guidata deve essere momento di didattica o di divulgazione? La mia posizione professionale e la mia esperienza sul campo mi portano inevitabilmente a privilegiare un approccio più didattico che divulgativo, anche se devo riconoscere che la visita guidata è solitamente un evento di divulgazione.

Per permettere una comprensione della differenza tra divulgazione e didattica utilizzerò un lucido esemplificativo.

[LUCIDO]

Gran parte delle attività che mettono in comunicazione soggetti in formazione e beni culturali è svolta mediante le forme della divulgazione, considerata a torto la pratica didattica per eccellenza.

Divulgazione:

- compiti di facilitazione della comunicazione delle conoscenze elaborate da esperti settoriali
- si esaurisce con la **comunicazione facilitata**
- obiettivo è migliorare comprensione e godimento dei BB CC nel tempo del rapporto tra mediatore/soggetti
- non ha compiti di formazione di saperi e abilità
- i soggetti possono dimenticare i contenuti della comunicazione
- il suo devito vs i testi del sapere degli esperti sta nella parafrasi, nella riduzione e nella integrazione delle informazioni
- la comunicazione è unidirezionale e fa appello solo alle capacità della comprensione linguistica.

Didattica:

- scopo primario è la costruzione delle conoscenze e non la semplice trasmissione
- si propone di organizzare processi di apprendimento
- punta alla costruzione del significato dei BB CC contro la valorizzazione della divulgazione
- mira a promuovere una fruizione ragionata dei BB CC, che scaturisce dall'applicazione di operazioni cognitive
- le competenze possono essere trasferite in altri ambiti e non sono godimento momentaneo legato agli stimoli del discorso
- ha bisogno di determinare con precisione gli obiettivi
- se nella divulgazione ci si contenta di guidare l'osservazione e l'ascolto, nella didattica si cerca di creare una serie di condizioni che facciano procedere l'osservazione in modo sistematico e il fruitore elabori i risultati dell'osservazione
- il fruitore così non memorizza conoscenze rapsodiche.

Significato dell'apprendimento

Apprendimento (Bruner) è il processo di acquisizione di nuove informazioni ed esperienze (offerte dall'ambiente esterno) condotto a partire dalla conoscenza già acquisita. Nel contesto della vg l'apprendimento è fortemente determinato dalle differenze tra i fruitori nell'atteggiamento nelle emozioni nelle esperienze e nelle motivazioni (modelli di comportamento e percezione dell'ambiente fisico).

Comunicazione culturale: organizzare i contenuti per renderli più facilmente assimilabili da chi apprende, adeguando il messaggio comunicativo alle caratteristiche dei destinatari

interiorizzazione dell'apprendimento: funzione che ha lo scopo di far entrare le conoscenze imparate in un bagaglio stabile di competenze, senza l'esercizio e la riflessione personale le probabilità che si verifichi una decadenza parziale o totale delle conoscenze apprese è infatti abbastanza elevata.

La partenza è percepire una visita come un processo di comunicazione attiva tra chi trasmette (museo...) chi riceve (visitatore) attraverso il medium (oggetto), facilitato nel nostro caso dalla "guida" che deve attivare guidare e stimolare il processo comunicativo, non lineare ma circolare.

Non si tratta di trasmettere un messaggio dato e codificato ma di stimolare partecipazione attiva e re-azione grazie ad una attenzione al contesto e alle conoscenze del discente.

I visitatori non sono soggetti che recepiscono passivamente ma attori dinamicamente coinvolti nel processo, per questo motivo al tradizionale monologo è necessario sostituire un dialogo, con domande aperte o chiuse, che richieda l'attivazione di un processo di riflessione e l'uso di capacità critiche, immaginazione, sensi, emozioni. Le domande non vanno limitate a conoscenze specialistiche circa l'oggetto, il che pone un limite alla possibilità dei membri del gruppo, ma deve andare a toccare il contesto personale.

Al pubblico deve essere garantita una comunicazione di livello, la mediazione non deve essere annullata con una banalizzazione di bassa lega.

Presentazione piana ma non scorretta terminologia precisa ma con definizioni contestuali, spezzare gli argomenti più complessi, facilitare la comprensione di argomenti difficili con esemplificazioni e ragionamento analogico.

Mediazione/Apprendimento nel contesto della Visita Guidata

Non è sufficiente padroneggiare una materia per poterla insegnare (Gentile).

Johan Clauberg, filosofo cartesiano, pubblicò nel 1652 un testo "Logica vetus et nova", che stabilisce tre punti principali in cui articolare una comunicazione di tipo didattico:

1. Quid sit tradendum et quo fine: i contenuti sono subordinati alle finalità. Qual è lo scopo della nostra proposta formativa? Quali gli obiettivi specifici per concretizzarla? Quali contenuti sono essenziali e quali invece demandabili ad approfondimenti facoltativi?
2. Quis traditurus, quis accepturus: caratteristiche dei protagonisti degli aspetti comunicativi: l'emittente, colui che formula il messaggio, ed il ricevente, che ne è il fruitore. Qual è il profilo professionale dell'emittente? Quale la sua preparazione? Di quali competenze deve disporre? Quali sono le caratteristiche del destinatario? Di quali prerequisiti è ragionevolmente in possesso?

3. Quomodo quid tradere conveniat si riferisce alle diverse soluzioni operative. Definiti contenuti e obiettivi, accertate le caratteristiche dei destinatari e delle proposta di istruzione, scegliere la strategia: induttiva o deduttiva.

La visita guidata è un servizio e voi vi qualificate per offrirlo. Questo è un fattore da non scordare, perché voi chiedete un compenso a fronte di questa situazione e saranno i fruitori a valutare la qualità del vostro operato, e la qualità è frutto di queste tre domande essenziali e delle risposte che a queste domande voi saprete dare.

Dettagli pratici:

Strutturazione di una visita guidata:

1. Informarsi sulla tipologia del gruppo (età, numero, preparazione, desiderata)
2. Informarsi sulle condizioni di visibilità del percorso
3. Stabilire una tempistica (e testarla)
4. Sulla base di dati e tempistica strutturare l'itinerario: osservazione diretta, confronto con altre opere collegate nelle sale, scoperta autonoma di alcuni significati secondo un metodo induttivo, possibilità di creare altri percorsi a partire dagli stimoli offerti.
5. Es:
 - 5.1. mostra monografica (cornice, dati sull'artista, periodi stilistici, citazioni, iconografie...)
 - 5.2. mostra collettiva (cornice storico sociale artistica, scansione chiara, rimandi)
 - 5.3. visita a una città (cornice, rimandi, aneddoti, dati tecnici)
6. I luoghi:
 - 6.1. natura giuridica (statale regionale provinciale civico ecclesiastico)
 - 6.2. struttura della sede (edificio storico o moderno nato con la collezione o adattato a struttura museale)
 - 6.3. formazione della raccolta (antica o recente, frutto di donazioni o di acquisti)
 - 6.4. Nei **Musei** la mediazione è meno presente che nel contesto scolastico e passa prevalentemente attraverso l'osservazione. Modello basato sulla risonanza (l'esposizione mostra un oggetto e evoca la cultura che lo ha generato) e modello basato sulla meraviglia (l'esposizione mostra un oggetto nella sua unicità esaltando l'attenzione verso la meraviglia). Nelle **mostre temporanee** ci sono alcuni vantaggi rispetto ai musei: le opere sono il risultato di una selezione critica, il carattere temporaneo attira l'attenzione e è legato a forte pubblicità, la mostra è vissuta come fatto sociale di un certo rilievo
7. Tipologie di esposizione:
 - isolamento dell'oggetto (vincolo più forte tra oggetto e visitatore, maggiore ricezione (museologia contemporanea)

- articolazione tra oggetti esposti (pensiero scientifico applicato alla museologia)
 - accumulazione non articolata degli oggetti (non trasmissione di informazione ma semplice riconoscimento)
8. Scelta dei contenuti e dell'ordine in cui vengono presentati
 9. Conoscenza del luogo (parcheggi, bar facilities)

Siete in mostra:

1. Ci si presenta e ci si qualifica
2. Si espone brevemente quale sarà l'oggetto della visita guidata e come questa si svolgerà
3. Invitare il pubblico a fare domande
4. Contestualizzare la mostra anche in relazione alle strutture ospitanti
5. Guardare tutti, parlare con tono chiaro, fermarsi se si percepiscono delle perplessità
6. I visitatori:
 - 6.1. Diligente (segue, fa domande pertinenti, mostra entusiasmo)
 - 6.2. Esperto (ha più resistenze, può essere discreto o difficile per supponenza)
 - 6.3. Annoiato
 - 6.4. Critico
 - 6.5. Esibizionista
 - 6.6. I tempi non devono mai superare l'ora e mezza
7. Come reagire alle domande alle quali non si è in grado di rispondere.