

**La percezione e comunicazione
del patrimonio nel contesto
multiculturale**

a cura di Francesca Coltrinari

4

ECONOMIA **VS** CULTURA?

mi^oeum

La percezione e comunicazione del patrimonio nel contesto multiculturale

Convegno finale del progetto di Ateneo “CROSS-cultural Doors. The perception and communication of cultural heritage for audience development and rights of citizenSHIP in Europe” (Cross-ship)

Università di Macerata, Dipartimenti di Scienze della formazione, dei beni culturali e del turismo e di Studi Umanistici
Atti del convegno (Macerata, 4-6 maggio 2016)

a cura di Francesca Coltrinari

eum

Economia vs. Cultura?
Quaderni della sezione di Beni culturali “Giovanni Urbani”
Dipartimento di Scienze della formazione, dei beni culturali e del
turismo

4

Collana diretta da Massimo Montella

Comitato scientifico:

Giuseppe Capriotti, Alessio Cavicchi, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Enrico Nicosia, Valeria Merola, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni

 eum edizioni università di macerata > 2006-2016

isbn 978-88-6056-498-6

Prima edizione: dicembre 2016

©2016 eum edizioni università di macerata

Centro Direzionale, via Carducci snc – 62100 Macerata

info.ceum@unimc.it

<http://eum.unimc.it>

I contributi presenti nel volume sono stati sottoposti a *peer review* secondo i criteri di scientificità previsti dal Protocollo UPI (Coordinamento delle University Press Italiane).

Indice

- Francesca Coltrinari
9 Introduzione
- Sessione prima
La percezione del patrimonio culturale nella scuola
- Agustín Escolano Benito
17 Patrimonio, Escuela, Ciudadanía
- Elisabetta Patrizi
37 Il ruolo della conoscenza paesaggistica dell'Italia nel processo di costruzione della coscienza nazionale. Il caso de *Il Bel Paese* di Antonio Stoppani
- Dorena Caroli
53 Immagini della «patria lontana»: il patrimonio culturale, artistico e paesaggistico nei libri di lettura per le scuole italiane all'estero
- Roberto Sani
75 Il patrimonio culturale e naturale per la promozione dell'identità nazionale e del sentimento di cittadinanza: il caso degli «almanacchi regionali» per la scuola elementare introdotti dalla riforma Gentile del 1923
- Luigiaurelio Pomante
91 I beni paesaggistici e culturali italiani nei libri di lettura e nei sussidiari per la scuola elementare dal fascismo al secondo dopoguerra
- Anna Ascenzi
113 «La mia Patria». Il patrimonio culturale della penisola nei quaderni di scuola dal ventennio fascista al secondo dopoguerra

Sessione seconda
Scritture di viaggio

- Laura Piccolo
141 Introduzione
- Luca Pierdominici
149 La vista e lo sguardo: l'Italia di Guillaume de La Penne nelle *Gestes des Bretons en Italie sous le pontificat de Grégoire XI* (1378)
- Daniela Fabiani
167 André Suarès, pellegrino della Bellezza
- Francesco Pirani
179 In viaggio negli archivi delle Marche. Storici tedeschi alla ricerca del patrimonio documentario medievale fra Otto e Novecento
- Marija A. Vasil'eva
197 «Domani scorgerò le torri di Livorno». Gli appunti di viaggio sconosciuti di V. Varšavskij
- Valerio Massimo De Angelis
209 Un museo mobile: la percezione interattiva della memoria culturale in *The Marble Faun* di Nathaniel Hawthorne
- Amanda Salvioni
229 L'Italia in dissolvenza nelle *causeries* di Lucio Victorio Mansilla

Sessione terza
Culture e letterature migranti

- Franca Sinopoli
245 Introduzione
- Michela Meschini
249 Riconcettualizzare lo spazio urbano: migrazioni, incroci, identità in *Milano, fin qui tutto bene* di Gabriella Kuruvilla
- 273 Vivere e raccontare lo spazio urbano: conversazione con Gabriella Kuruvilla
a cura di Michela Meschini

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti*

The turn to the non-visitor in un contesto multiculturale.
Presupposti teorici ed evidenze empiriche di una ricerca esplorativa

Introduzione

L'ingresso gratuito nei musei, reintrodotta dai New Labour in tutti gli istituti museali nazionali del Regno Unito nel 2001, ha ormai guadagnato un consenso *super partes*, diventando una delle politiche per promuovere l'accesso culturale più visibili e ammirate a livello internazionale¹. Tuttavia, anche una misura così ambiziosa, che pure ha raggiunto ottimi risultati in termini di aumento dei visitatori, ha fallito l'obiettivo di rendere i *flagship museums* più inclusivi. Analizzandone l'effetto a cinque anni dall'introduzione, Cowell² ha segnalato come tra il 2000/2001 e il 2005/2006 le visite da parte delle minoranze etniche siano passate solo dal 3,2% al 4,9% del totale delle

* Università di Macerata, Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo, e-mail: giuseppe.capriotti@unimc.it, mara.cerquetti@unimc.it.

Si ringraziano i soggetti che ci hanno permesso di organizzare la ricerca sul campo: il Centro per l'Educazione agli Adulti di Macerata, l'Associazione Centro Servizi Immigrati Marche, con sede a Macerata, e la comunità pakistana di Corridonia. Un grazie particolare va a tutti coloro che hanno partecipato ai *focus groups*.

¹ Cfr. Hesmondhalgh *et al.* 2015, p. 85; The Warwick Commission 2015, p. 34. Sulla linea delle politiche di prezzo introdotte dal Regno Unito, per il caso dell'Italia, si veda il Decreto 27 giugno 2014, n. 94 del Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (Regolamento recante modifiche al decreto 11 dicembre 1997, n. 507, concernente «Norme per l'istituzione del biglietto di ingresso ai monumenti, musei, gallerie, scavi di antichità, parchi e giardini monumentali dello Stato»), che ha previsto l'ingresso gratuito nei musei statali la prima domenica di ogni mese.

² Cowell 2007, p. 214.

visite, aumento che risulta ancora più scarso se contestualizzato, ad esempio tenendo conto che in una città come Londra – dove si concentrano i principali musei nazionali – le minoranze etniche costituiscono circa il 40% della popolazione. L'analisi dei dati più recenti riferiti alla partecipazione culturale conferma il gap tra la popolazione bianca e quella appartenente alla categoria BME (*Black and Minority Ethnic*). Nonostante un incremento complessivo della partecipazione culturale registrato a partire dal 2005/2006, a titolo esemplificativo si rileva che, nei 12 mesi precedenti l'indagine (ottobre 2013/settembre 2014), ha visitato un sito di interesse culturale il 57,7% della popolazione BME contro il 74,3% della popolazione bianca, percentuali che scendono rispettivamente al 42,3% e al 53,1% se si considera la visita a un museo o una galleria³.

Tali dati dimostrano che nel settore del *cultural heritage* le politiche di prezzo, per quanto utili ad avvicinare il non pubblico ai consumi culturali, non siano sufficienti per rendere gli istituti museali più inclusivi. Per raggiungere tale obiettivo, come dimostrano alcune recenti ricerche, infatti, è necessario intervenire sulle politiche di prodotto. Basti citare il caso del Victoria and Albert Museum, in cui nell'arco di 10 anni è stato possibile ottenere un rilevante aumento dei visitatori BAME (*Black, Asian and Minority Ethnic*) – dal 6% (2001/2002) al 14% (2009/2010) – grazie ad uno specifico programma di iniziative volte a coinvolgere le *culturally diverse communities*⁴. In questo contesto, il presente lavoro, dopo aver tracciato un sintetico quadro dei progetti internazionali avviati negli ultimi anni in Italia sul tema dell'inclusione sociale, discute il contributo pluridisciplinare fornito dai *museum studies* a partire dagli anni '90 del Novecento. Partendo dai gap emersi dall'analisi della letteratura sull'argomento, l'indagine sul campo, di cui in questa sede si presentano i risultati, ha analizzato la percezione che gli stranieri residenti in Italia hanno del patrimonio culturale italiano – di interesse sia nazionale che locale – per fornire

³ DCMS 2014, pp. 19, 25, <<https://www.gov.uk/government/statistics/taking-part-201415-quarter-2-statistical-release>>, 14.07.2016.

⁴ Nightingale 2011, p. 50.

utili indicazioni per la comunicazione museale. La ricerca, di carattere esplorativo, ha preso in esame il caso di Macerata e del suo territorio, avvalendosi dello strumento del *focus group* (fg).

1. *Il contesto della ricerca*

Sebbene senza raggiungere i numeri toccati da altri paesi europei, in Italia la popolazione straniera⁵ è in crescita: al 1° gennaio 2015 i cittadini stranieri erano 5.014.437, pari all'8,2% della popolazione residente, ovvero il doppio rispetto al 2005, quando ammontavano a 2.402.157 (4,1% della popolazione residente)⁶.

Se si considerano le iniziative volte a promuovere l'accesso dei nuovi cittadini al patrimonio culturale, come è stato già osservato⁷, a livello nazionale mancano politiche che muovano nella direzione dell'inclusione sociale e della democratizzazione della cultura, fatta eccezione per l'interesse dimostrato da alcune regioni⁸. Le iniziative promosse spesso sono riconducibili all'attività di singoli musei⁹ o organizzazioni culturali, tra le quali va ricordata la Fondazione ISMU (Iniziativa e studi sulla multietnicità), che nell'ambito dell'educazione al patrimonio in chiave interculturale sostiene progetti di partenariato interistituzionale scuola-museo-territorio.

Un ruolo importante riveste l'Unione Europea, che negli ultimi anni ha finanziato diversi progetti dedicati all'accessibilità del patrimonio culturale e dei musei. Tra gli altri, val la

⁵ Sono considerati cittadini stranieri le persone di cittadinanza non italiana aventi dimora abituale in Italia.

⁶ Cfr. <<http://www.tuttitalia.it/statistiche/cittadini-stranieri-2015/>>, 14.07.2016.

⁷ Iervolino 2013, p. 116.

⁸ Si veda in particolare la Direzione Beni Culturali – Settore Musei e Patrimoni Culturali della Regione Piemonte che nel 2005 «ha commissionato al Centro Studi Africani di Torino (CSA) il coordinamento di un progetto-pilota finalizzato a valorizzare i beni africanistici conservati in alcuni musei piemontesi [...] in un'ottica di accessibilità e inclusione culturale rivolta ai cittadini provenienti dal continente africano» (Pecci 2009, p. 16).

⁹ Tra questi ricordiamo la Pinacoteca di Brera a Milano e i Musei Civici di Modena, coinvolti anche nel progetto “CROSS-SHIP – Cross-cultural Doors, The Perception and Communication of Cultural Heritage for Audience Development ad Rights of Citizenship in Europe”.

pena citare i progetti MaP for ID (*Museums as Places for Intercultural Dialogue*)¹⁰, basato sull'idea di museo come spazio di dialogo interculturale e finalizzato al coinvolgimento delle comunità di immigrati presenti sul territorio, MeLa (*European Museums and Libraries in/of the Age of Migrations*)¹¹, volto ad individuare nuovi approcci per musei e biblioteche nel contesto delle crescenti migrazioni di persone e idee, e EMEE (*Eurovision – Museum Exhibiting Europe*)¹², illustrato in questa sede da Emma Nardi. Tocca questi temi, sebbene in un quadro più ampio, anche il più recente *CulturalBase*¹³, una piattaforma sociale sui temi del patrimonio culturale e delle identità europee. Consapevole della necessità di migliorare i livelli di partecipazione culturale, l'Unione Europea ha, infine, fatto dell'*audience development* un obiettivo trasversale a molte delle opportunità di finanziamento previste dal programma *Creative Europe*, oltre che una linea specifica del sottoprogramma Media.

1.1 Museum studies, *multiculturalismo e inclusione sociale: stato dell'arte*

Per quanto riguarda il contributo della letteratura scientifica sull'argomento, a partire dagli anni '90 del Novecento e con un interesse crescente nell'ultimo decennio, a livello internazionale numerosi sono stati gli studi che si sono occupati di musei, multiculturalismo e inclusione sociale. Come è facile immaginare, tali contributi hanno riguardato maggiormente i paesi che hanno avuto un passato coloniale, prendendo in esame soprattutto i musei etnografici, che, secondo la definizione di Julie Marcus, rischiano di diventare «the mausoleum resulting from the

¹⁰ Progetto finanziato dal Programma Comunitario Lifelong Learning Grundtvig per il biennio 2008-2009. Cfr. Bodo *et al.* 2009.

¹¹ Progetto finanziato dal 7° Programma Quadro dell'Unione Europea per il periodo 2011-2015. Cfr. tra gli altri Basso Peressut *et al.* 2012.

¹² Progetto finanziato dal Programma Cultura dell'Unione Europea per il periodo 2012-2016.

¹³ Progetto finanziato dal Programma di Ricerca e Innovazione dell'Unione Europea Horizon 2020 per il biennio 2015-2017.

attempt to secure otherness once and for all time by capturing the resolution of the dilemma posed by representation»¹⁴.

In particolare, sulla scia del lavoro seminale curato da Ivan Karp e Steven Lavine sulle poetiche e politiche della rappresentazione¹⁵, l'antropologia e l'antropologia museale si sono concentrate sulle strategie di rappresentazione dell'*altro* e sulle dinamiche di potere ad esse connesse, come i fenomeni di esotizzazione e assimilazione dei beni culturali provenienti da contesti molto distanti rispetto ai luoghi in cui sono conservati. Il discorso sull'altro viene poi rivisto nell'era della globalizzazione, che riconfigura la dicotomia *sé/altro* e mette in luce l'arroganza politica ed epistemologica alla base di tale rappresentazione¹⁶.

A partire dagli inizi del XXI secolo, nel contesto del *mélange* di culture che caratterizza il nostro tempo, i *museum studies* così hanno iniziato ad interrogarsi sul ruolo dei musei come agenti dell'inclusione sociale¹⁷, in grado di «embrace and foster cultural diversity, and provide to everyone the ability to live and participate equally in a pluralistic society»¹⁸. Se in alcuni casi l'attenzione è stata rivolta al coinvolgimento attivo degli immigrati al fine di facilitare processi di comprensione reciproca¹⁹, in molti altri sono stati proprio i musei dell'immigrazione a stimolare l'esperienza delle differenze e finanche la negoziazione dei propri pregiudizi a partire dalla riflessione sull'oggetto dell'esposizione (le migrazioni)²⁰.

Della necessità di dar voce a prospettive differenti, fornendo talvolta interpretazioni contraddittorie²¹, sono oggi consapevoli anche i “musei d'arte”²², i quali, ai fini dell'interazione e

¹⁴ Marcus 1991, p. 16.

¹⁵ Karp, Lavine 1991. Sull'argomento si veda anche: Macdonald 1998.

¹⁶ Cfr. Pieterse 2005.

¹⁷ Per una più ampia disamina sull'inclusione sociale nei musei si vedano: Sandell 2002; Watson 2007; Sandell 2007; Sandell, Nightingale 2012; Filippopoliti, Sylaiou 2015.

¹⁸ Filippopoliti, Sylaiou 2015, p. 119. Sul coinvolgimento di diverse comunità si veda anche: Davidson, Sibley 2011.

¹⁹ Si vedano ad esempio le attività rivolte a diverse categorie di immigrati (donne, bambini, giovani) discusse in: Hautio 2011.

²⁰ Cfr. Szekeres 2002; Horn 2006; Dixon 2012; Schorch 2015.

²¹ Shim 2015, p. 104.

²² Cfr. Ang 2005; Acuff, Evans 2014.

comprensione tra culture, hanno ridefinito le modalità e tecniche di narrazione adottate nelle attività espositive ed educative²³. Forniscono un esempio dello *storytelling* come pratica ermeneutica i progetti realizzati da alcuni musei italiani e stranieri, ad esempio quelli promossi dalla Pinacoteca di Brera a Milano, dai Musei Civici di Modena e dai Musées Royaux di Bruxelles di cui in parte si dà conto anche in questo volume²⁴. In tali attività il patrimonio viene utilizzato come strumento di integrazione culturale e di incontro tra pubblici di diversa provenienza, accostando la storia dell'oggetto conservato nel museo al racconto autobiografico dei "nuovi cittadini"²⁵, «quale contributo all'interpretazione, che si arricchisce a ogni nuova voce partecipe del patrimonio»²⁶.

In generale, i lavori sull'argomento, a cui va riconosciuto il pregio di aver colmato il divario tra teoria accademica e pratica museale, si collocano principalmente nell'ambito degli studi educativi. Carente è stato, invece, l'interesse degli studi di marketing, in termini di analisi dei bisogni e delle aspettative dei nuovi cittadini²⁷. Nello specifico, fatta eccezione per la valutazione di alcuni progetti realizzati in Europa²⁸, in letteratura piuttosto marginale è stato l'interesse per il miglioramento della comunicazione del valore del patrimonio culturale europeo al pubblico dei nuovi cittadini. A tal proposito si segnala come sia stata alquanto scarsa l'analisi delle strategie di comunicazione

²³ Circa l'applicazione di tale approccio nel settore museale si vedano, tra gli altri, i progetti raccolti in: Bodo *et al.* 2016.

²⁴ Le attività illustrate nell'ambito dei seminari promossi dal progetto "CROSS-SHIP" sono: per la Pinacoteca di Brera "A Brera anch'io" e "Brera: un'altra storia", per i Musei Civici di Modena i progetti "Choose the Piece", "This Land is your Land" e "Strade", per i Musées Royaux di Bruxelles il "Programme Sésame" (<<http://www.extra-edu.be/Sesame>>, 14.07.2016).

²⁵ Cfr. Panigada 2016, p. 60: «L'esempio di "Brera: un'altra storia" è da questo punto di vista chiarificatore. È fondamentale che la narrazione con elementi autobiografici non sia autoreferenziale, ma fortemente intrecciata alla storia dell'opera e di chi l'ha creata, al suo posizionamento nella storia dell'arte, con riferimenti all'epoca in cui è stata realizzata, al contesto storico ed artistico che ha contribuito a produrla».

²⁶ Mascheroni 2016, p. 29. Un approccio focalizzato sul soggetto, in particolare sull'interpretazione del pubblico, è anche quello riferito in: Barrett 2014.

²⁷ Da rilevare il recente interesse dei *culturally responsive visitor studies*, di cui si dà conto in: Betancourt, Salazar 2014.

²⁸ Cfr. Nardi 2015.

del patrimonio culturale, spesso di interesse locale e non necessariamente musealizzato, conservato *in situ*, in luoghi – come molti centri storici in Italia – oggi ripopolati proprio dagli immigrati.

2. *Obiettivi e metodologia della ricerca*

Partendo dall'assunto che la conservazione del patrimonio culturale per le future generazioni dipende dalla capacità dei cittadini di percepirla e apprezzarne il valore, e che dunque la sopravvivenza dei beni è strettamente legata alla comprensione dei loro significati, la ricerca sul campo ha focalizzato l'attenzione sulla percezione che i nuovi cittadini hanno del patrimonio culturale italiano, indagandone domande e aspettative. Più in particolare, preso atto dei gap riscontrati nella letteratura sull'argomento, si è cercato di comprendere le informazioni che uno straniero residente in Italia vorrebbe avere di fronte ad un'opera d'arte italiana. Si è trattato dunque di un tentativo di rimettere l'oggetto musealizzato, in questo caso l'opera d'arte, al centro della comunicazione museale, tenendo conto delle esigenze e delle difficoltà dei nuovi potenziali utenti.

Per lo svolgimento di una prima indagine di carattere esplorativo si è scelto di adottare una metodologia di indagine di tipo qualitativo che, sebbene non consenta la generalizzabilità dei risultati²⁹, è ritenuta più adeguata per incontrare il non pubblico e i nuovi pubblici potenziali in contesti “neutri” e, in un'ottica di marketing³⁰, acquisire informazioni utili alla progettazione e all'innovazione del prodotto culturale³¹.

In particolare, ci si è avvalsi della tecnica del *fg*, definito in letteratura come un'intervista di gruppo non standardizzata e in profondità o una discussione pianificata o informale³², in cui un moderatore, in presenza di un osservatore, propone alcuni

²⁹ Cfr. Vaughn *et al.* 1996, p. 5: «the goal is to elicit perceptions, feelings, attitudes, and ideas of participants about a selected topic; focus groups do not generate information that can be projected to a larger population».

³⁰ Sulla diffusione del *fg* negli studi di marketing si veda: Camillo, Mucci 2008.

³¹ Cfr. Cerquetti 2014.

³² Smithson 2000, p. 104.

temi di conversazione ad un gruppo di persone relativamente ristretto, solitamente costituito *ad hoc* sulla base degli specifici obiettivi della ricerca.

Come evidenziato dall'ampia letteratura sull'argomento³³, rispetto ad altre metodologie di indagine il *fg* consente di:

- avvicinare gruppi non necessariamente centrali rispetto al tema della ricerca³⁴;
- promuovere, in un clima più informale e maggiormente confidenziale, una più libera esplicitazione delle opinioni dei partecipanti³⁵, così evitando il rischio di “risposte nobili” possibili nelle interviste;
- ottenere, attraverso l'interazione *face-to-face* e la discussione, l'approfondimento di alcuni temi che in un questionario o in un'intervista rimarrebbero in superficie e, dunque, far emergere informazioni che non si riuscirebbe ad acquisire attraverso gli strumenti tradizionali³⁶.

L'interazione tra i partecipanti, elemento distintivo dei *fgs*, rende possibile il confronto immediato tra le idee espresse e una più facile individuazione di somiglianze e differenze tra opinioni, favorendo l'emergere dei punti di forza e di debolezza di ogni posizione³⁷. Ricorrendo a procedure di rilevazione non standardizzata, inoltre, il *fg* è uno strumento flessibile che consente la revisione e il perfezionamento della struttura della ricerca in corso d'opera³⁸. Nella definizione del disegno di una ricerca, ovvero nella sua fase iniziale, il *fg* permette, infine, di far emergere una serie di ipotesi da sottoporre ad ulteriore verifica empirica anche attraverso altre metodologie di indagine – es. indagine osservante o questionario³⁹.

In questa sede si è scelto di avvalersi del *fg* in quanto strumento adeguato ad un approccio di tipo esplorativo⁴⁰, che consentisse

³³ Per il dibattito sull'uso e sull'utilità del *fg* nell'ambito delle scienze sociali si veda: Acocella 2008.

³⁴ Cfr. Krueger 1994.

³⁵ Beck *et al.* 1986.

³⁶ Cfr. Kamberelis, Dimitriadis 2005.

³⁷ Cfr. Kitzinger 1999.

³⁸ Cfr. Acocella 2008.

³⁹ Cfr. Vaughn *et al.* 1996.

⁴⁰ Smithson 2000, p. 106.

di analizzare in profondità il punto di vista dei nuovi cittadini. In particolare, non avendo come obiettivo un'analisi di *customer satisfaction*, il *fg* ci ha permesso di avvicinare il target scelto in un contesto diverso da quello museale, per prendere in esame aspetti che è difficile far emergere e indagare attraverso altri strumenti di indagine, come ad esempio la discussione di immagini e testi.

3. L'indagine sul campo

Prendendo ad oggetto di studio il caso di Macerata e del suo territorio⁴¹, tra aprile 2015 e gennaio 2016 sono stati effettuati 5 *fgs* con alcuni gruppi di immigrati che hanno avviato un percorso di cittadinanza in Italia, avvalendosi della collaborazione del Centro Territoriale Permanente – Centro per l'Educazione agli Adulti e dell'Associazione Centro Servizi Immigrati Marche (tab. 1).

Tab. 1. Partecipanti ai *fgs* (ns. elaborazione)

	Numero partecipanti	Luogo/Gruppi partecipanti	Nazionalità partecipanti
<i>fg</i> 1	11	Ctp-EdA Macerata (Licenza media)	Argentina (1), Italia (3), Moldavia (2), Perù (2), Russia (1), Sri Lanka (1), non specificata (1)
<i>fg</i> 2	11	Ctp-EdA Macerata (Italiano L2-A2)	Afghanistan (1), Albania (1), India (1), Kosovo (2), Macedonia (1), Marocco (1), Nigeria (1), Sri Lanka (1), Ucraina (1), non specificata (1)
<i>fg</i> 3	13	Ctp-EdA Macerata (Italiano L2-A2)	Costa d'Avorio (1), Ghana (1), Guinea Conacry (1), India (4), Macedonia (2), Nigeria (2), Perù (2)
<i>fg</i> 4	4	Comunità pakistana di Corridonia	Pakistan (4)
<i>fg</i> 5	9	ACSIM Macerata	Egitto (1), Gambia (1), Ghana (1), Mali (1), Nigeria (3), non specificata (2)

⁴¹ Secondo i dati dell'Osservatorio Fenomeno Immigrazione (OFI) nel 2013 la provincia di Macerata è stata la provincia delle Marche in cui la popolazione straniera, misurata in percentuale rispetto al totale dei residenti sul territorio, è maggiormente aumentata. Cfr. <http://www.comunicazione.macerata.it/ofi_itc/index.php/elencopubblicazionimenu>, 14.07.2016.

In media ad ogni *fg* hanno partecipato 9-10 persone di età compresa tra i 16 e i 51 anni⁴², di diversa nazionalità, ad eccezione di un *fg* condotto esclusivamente con la comunità pakistana di Corridonia.

In ogni *fg*, dopo la somministrazione di un questionario introduttivo finalizzato alla raccolta di basilari dati anagrafici e focalizzato sulle esperienze che ciascun partecipante ha avuto o ha con i musei e il patrimonio culturale, si sono mostrate le immagini di alcune opere d'arte, provenienti anche dal territorio.

Sebbene ben 22 persone (46% dei partecipanti) abbiano dichiarato di aver già visitato un museo, in molti casi la visita è stata sporadica (1 o 2 volte nell'arco della propria vita). Rari i casi in cui siano stati citati più di due musei visitati; tra questi solo in un caso si specificano musei visitati sia in Italia sia nel paese d'origine, in due casi si elencano solo musei italiani o europei, e in un altro solo musei del paese di origine.

Tra le domande si è, inoltre, chiesto ai partecipanti di associare liberamente 3 parole alla parola "museo" (fig. 1). Dall'analisi della frequenza delle parole è emersa una predominanza delle parole "arte" e "storia", rispettivamente con 8 e 7 attestazioni, seguite da cultura (5 attestazioni) e quadri (4 attestazioni), indice che l'idea di museo maggiormente diffusa è quella del museo storico-artistico. In tre casi è stata indicata la parola "spada", riferibile alla spada di Skanderberg, che alcuni partecipanti di origine albanese hanno nel corso della discussione riferito di aver visto al museo di Vienna.

Per i primi tre *fgs* sono state scelte due immagini: la *Meditazione* di Francesco Hayez (fig. 2), esposta alla Galleria d'Arte Moderna Achille Forti di Verona, e la *Madonna della Vittoria* di Giacomo Falconi (fig. 3), conservata nella chiesa di San Pio V a Grottammare, in provincia di Ascoli Piceno. La ragione di questa scelta è duplice: per prima cosa i due dipinti compongono un dittico rappresentato da un'opera molto famosa, realizzata

⁴² Predominanti le fasce di età comprese tra i 30 e i 40 anni (18 persone, corrispondenti al 37,5% dei partecipanti), e tra i 20 e i 30 anni (13 persone, pari al 27% dei partecipanti).

da un artista noto e di interesse nazionale, e da una tela praticamente sconosciuta, proveniente dal territorio marchigiano; secondariamente le due opere tematizzano due questioni legate in senso lato agli scopi del progetto in cui si inserisce la ricerca, ovvero la costruzione dell'Italia e dell'italianità, attraverso la fusione di diverse anime, e il conflitto religioso, segnatamente quello con l'Islam.

La *Meditazione* di Hayez viene realizzata nel 1851, come seconda versione di un'opera di medesimo soggetto, che, nelle fattezze di una donna seduta con in mano una croce e un libro, rappresenta in realtà l'Italia dolente dopo il 1848⁴³. Quello che apparentemente sembra essere una bibbia è in realtà un libro con la scritta sul dorso "Storia d'Italia", mentre nella croce scorrono in rosso le date "18.19.20.21.22 marzo 1848", ovvero le Cinque Giornate di Milano, nelle quali il pittore si era esposto in prima persona. L'Italia che ha fallito il tentativo di liberarsi dallo straniero non è dunque raffigurata come una matrona turrita, secondo l'iconografia codificata dall'*Iconologia* di Cesare Ripa, ma come una donna violentata, a seno scoperto e in atteggiamento melanconico, che rialza però lo sguardo in attesa di una successiva battaglia.

La *Madonna della Vittoria* di Grottammare, realizzata nel 1787, celebra la vittoria di Lepanto, ottenuta nel 1571 dalle flotte cristiane della Lega Santa (ovvero dallo Stato Pontificio, dalla Repubblica di Venezia e dall'Impero spagnolo) contro i Turchi. Interpretata subito come il provvidenziale trionfo del cristianesimo sull'Islam, la vittoria viene festeggiata a Grottammare attraverso la messa in scena, in basso, del bottino di schiavi turchi, umiliati e incatenati alla base del trono, nella quale è raffigurata la battaglia navale⁴⁴.

Ai partecipanti al *fg* è stato mostrato un dipinto alla volta, chiedendo in entrambi i casi che cosa avrebbero voluto sapere dell'opera, ovvero quali informazioni avrebbero voluto avere e quali aspetti li incuriosiva. La prima reazione è stata di imba-

⁴³ Ai fini del nostro discorso sarà sufficiente rimandare alla scheda di Fernando Mazzocca, in Mazzocca 2015, pp. 276-277.

⁴⁴ Ai fini del nostro discorso sarà sufficiente rimandare a Capriotti 2016.

razzo nei confronti del corpo nudo della donna, all'interno di una sostanziale incapacità di porre domande, rotta da due ragazzi italiani che hanno espresso il desiderio di sapere, come prime cose, l'autore e la data dell'opera. È importante sottolineare a questo proposito che domande simili, tipiche dell'insegnamento della storia dell'arte nel sistema scolastico italiano, provengono proprio da due italiani, evidentemente avvezzi ad essere interrogati in questo modo a scuola. Solo dopo alcune spiegazioni di base, sono emerse osservazioni di altro tipo. Due donne francofone, ad esempio, hanno proiettato nel quadro di Hayez la loro esperienza di vita, di donne in difficoltà, mentre un ragazzo marocchino ha dichiarato che non avrebbe appeso a casa sua l'opera chiaramente anti-islamica di Falconi, così come l'opera di Hayez a causa del seno nudo.

Essendo stato particolarmente difficile far emergere domande dalle due succitate opere, discutendole singolarmente, negli altri due *fgs* è stata cambiata strategia, al fine di far emergere in maniera più chiara e determinata il punto di vista dei partecipanti, i loro interessi e i loro desideri di conoscenza. Alle prime due opere, dunque, ne sono state aggiunte altre due e, invece di proporre un'opera alla volta, ai partecipati è stato suggerito di fingere di entrare in un museo immaginario, nel quale fossero conservate le quattro opere selezionate, ed è stato poi chiesto loro su quale opera si sarebbero soffermati, perché e quali informazioni avrebbero voluto avere sull'opera scelta.

Le due opere aggiunte sono state l'*Allegoria* di Agnolo Bronzino (fig. 4), conservata alla National Gallery di Londra, e una *Madonna del Soccorso* di un pittore dell'ambito di Bernardino di Mariotto (fig. 5), oggi nel Museo Civico di Morrovalle, in provincia di Macerata. In questo caso la scelta è stata guidata solo dal fatto che entrambi i dipinti, un capolavoro e un'opera di interesse locale, sono particolarmente ricchi di dettagli, che potevano incuriosire i partecipanti al *fg*.

L'*Allegoria* di Londra, dipinta tra il 1540 e il 1545 come dono di Cosimo I de' Medici al re di Francia Francesco I, rappresenta in estrema sintesi il conflitto tra i piaceri e i dispiaceri dell'amore⁴⁵:

⁴⁵ Hope 1982; Gaston 2006; Pierguidi 2000/2001.

Venere e Eros sono impegnati in un bacio incestuoso, mentre la dea sta disarmando suo figlio e quest'ultimo sta rubando alla madre la corona; in alto, a sinistra, il Padre Tempo cerca di svelare la realtà ingannevole dell'amore, mentre dall'altro lato Oblivione, raffigurata come una maschera senza cervello, organo della memoria, vorrebbe coprire la scena, facendola dimenticare; a destra ci sono il Gioco, che getta petali di rosa, ma sta in realtà calpestandone le spine, e la Frode, raffigurata come un ibrido con corpo leonino, coda di serpente e braccia invertite con mani che tengono un favo di miele e uno scorpione (ancora il piacere e il dispiacere); sulla sinistra si dispera invece la Gelosia, raffigurata come una vecchia in preda ad una crisi isterica; in basso a sinistra due colombe che tubano ripropongono l'azione di Eros e Venere, mentre a destra due maschere, tradizionale simbolo della falsità, sottolineano ancora l'inganno che si cela dietro l'amore.

La *Madonna del Soccorso* di Morrovalle raffigura un soggetto molto diffuso tra Umbria e Marche, in particolare in seno all'ordine agostiniano, legato ad una leggenda siciliana: una donna, stufo del comportamento di suo figlio, manda quest'ultimo al diavolo, che arriva veramente a rapire il fanciullo; a questo punto la donna si pente e invoca la Vergine, che interviene con un manganello per scacciare il diavolo e per riconsegnare il bambino alla madre. Attraverso questa leggenda e le immagini che la raffigurano, l'ordine agostiniano intendeva promuovere il battesimo precoce, che metteva al sicuro l'anima dei bambini dalle angherie del demonio⁴⁶.

Con queste due ulteriori opere e con un diverso modo di procedere, i partecipanti ai *fgs* hanno avuto un ruolo più attivo. Quello che è emerso, in generale, è ancora l'imbarazzo per le opere che raffigurano corpi nudi. La donna che personifica la *Meditazione* di Hayez ha interessato in particolare un ragazzo pakistano, che aveva già una sua lettura da proporre: la donna sarebbe in bilico tra religione e libertà, tra il dovere di seguire i dettami del credo religioso e la voglia di soddisfare liberamente i piaceri del proprio corpo. E in questo contrasto il ragazzo

⁴⁶ Sulla diffusione di questa iconografia cfr. Sensi 1994; Papetti 2006.

riconosceva la condizione di ogni uomo che vorrebbe seguire il piacere sessuale ed è invece frenato dalla religione. Un ragazzo musulmano voleva avere invece informazioni sulla Madonna del Soccorso. Voleva sapere in particolare perché il diavolo stesse tirando il bambino; inquietato dal demone, il ragazzo era interessato all'opera perché sia il diavolo che la Vergine facevano parte della sua cultura religiosa: la Vergine, presente nel Corano come madre di Gesù, era sentita dal ragazzo come un elemento di protezione contro il diavolo.

In conclusione, è stato possibile rilevare che, mentre all'inizio qualcuno si soffermava sulla piacevolezza estetica di alcune opere (come ad esempio nel caso della *Meditazione* di Hayez), nel corso della discussione prendeva progressivamente prevalenza l'interesse per il dettaglio, per il contenuto e per il significato dell'immagine.

4. Risultati e limiti della ricerca

L'analisi dei dati raccolti ci permette di effettuare alcune riflessioni non solo circa il profilo e le esigenze dei partecipanti, ma anche in merito ai limiti e alle potenzialità dello strumento di indagine adottato in questa sede.

La maggior parte dei partecipanti ai fgs qui analizzati può essere iscritta alla categoria del "non pubblico", per la quale la conoscenza del patrimonio culturale, in un'ipotetica scala dei bisogni/desideri, non costituisce una priorità. Lo conferma il fatto che, durante la discussione, alcuni partecipanti abbiano cercato di portare l'attenzione su altri temi, che li toccavano più da vicino.

Le difficoltà incontrate durante lo svolgimento dei fgs sono attribuibili innanzitutto alla scarsa esperienza con una ricerca interdisciplinare condotta sul campo, qui sperimentata per la prima volta. Tra i principali limiti riscontrati va segnalata la non adeguata conoscenza della lingua italiana da parte di alcuni dei partecipanti, nello specifico nei due casi che coinvolgevano gli studenti dei corsi di Italiano L2-A2, che in origine non erano previsti nel disegno della ricerca. Questo ha inciso rilevantemente anche sull'insufficiente interazione tra i partecipanti e, di conseguenza, sullo scarso approfondimento dei temi trattati. A

ciò vanno aggiunti alcuni elementi di disturbo che si è comunque cercato di controllare in corso d'opera: oltre alle già citate divagazioni verso argomenti non previsti dal *fg*, in alcuni casi sono state riscontrate forme di *leadership* e sudditanza tra i partecipanti, comuni nello svolgimento dei *fgs*. Nel tentativo di stimolare la partecipazione, si è inoltre dovuto far fronte al rischio che le opinioni del moderatore condizionassero la discussione.

Nonostante queste difficoltà, i *fgs* realizzati ai fini di questa prima ricerca esplorativa hanno fatto emergere alcune questioni che è opportuno tenere in adeguata considerazione nel caso della progettazione di attività rivolte ai nuovi cittadini, in particolare nella comunicazione museale e non⁴⁷. In primis, nella discussione delle opere selezionate i partecipanti hanno dimostrato particolare curiosità nei confronti del soggetto rappresentato, soprattutto nel caso di immagini complesse, piuttosto che nei confronti di aspetti stilistici sui quali spesso si focalizza la comunicazione museale. Come emerso anche in altri progetti, nella interpretazione delle immagini i partecipanti hanno inoltre confermato la tendenza a legare i soggetti rappresentati al proprio vissuto, oltre che alle conoscenze pregresse. A tal proposito non va trascurata l'influenza che nell'interpretazione di un'immagine hanno i precetti religiosi.

Per quanto riguarda gli ulteriori sviluppi della ricerca, considerati i limiti riscontrati, si conta di perfezionare la composizione dei gruppi di discussione, avvicinando pubblici potenziali con un percorso di cittadinanza più avanzato e, dunque, una migliore conoscenza della lingua italiana. Inoltre si vorrebbe valutare la possibilità di avvalersi della collaborazione di uno o più mediatori culturali. I dati raccolti andranno, infine, incrociati con altre metodologie di ricerca; in particolare, ci sembra opportuno effettuare indagini osservanti nel contesto oggetto della ricerca (es. musei), al fine di poter pervenire alla definizione di linee guida strutturate per la progettazione della comunicazione al pubblico e il miglioramento del prodotto culturale in contesti multiculturali.

⁴⁷ A margine dell'analisi, come risultato positivo del lavoro svolto, nell'ottica dell'*evidence-based research* e dell'impatto della ricerca richiamati in sede europea, va segnalato che l'attività ha fornito l'opportunità di instaurare contatti, anche per future collaborazioni, con alcuni soggetti operanti sul territorio.

Riferimenti bibliografici

- I. Acocella, *Il focus group: teoria e tecnica*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- J.B. Acuff, L. Evans (edited by), *Multiculturalism in Art Museum Today*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2014.
- I. Ang, *The Predicament of Diversity: Multiculturalism in Practice at the Art Museum*, «Ethnicities», 5, 3, 2005, pp. 305-320.
- T. Barrett, *Taking It Personally. Coming to Know Oneself and Others Through Interpretations of Art*, in Acuff, Evans 2014, pp. 231-244.
- L. Basso Peressut, G. Postiglione, F. Lanz, *Contemporary Museums in an Age of Migrations. The Reinterpretation of European Cultural Heritage*, in M. Ioannides, D. Fritsch, J. Leissner, R. David, F. Remondino, R. Caffo (edited by), *EUROMED 2012. Progress in Cultural Heritage Preservation*, Berlin-Heidelberg, Springer-Verlag, 2012, pp. 857-864.
- L.C. Beck, W.L. Trombetta, S. Share, *Using focus group sessions before decisions are made*, «North Carolina Medical Journal», 47, 2, 1986, pp. 73-74.
- V. Betancourt, M. Salazar, *Engaging Latino Audiences. Visitor Studies in Practice at the Denver Art Museum*, in Acuff, Evans 2014, pp. 181-196.
- S. Bodo, K. Gibbs, M. Sani (edited by), *Museums as places for intercultural dialogue: selected practices from Europe*, s.l., MAP for ID Group, 2009.
- S. Bodo, S. Mascheroni, M. Panigada (a cura di), *Un patrimonio di storie. La narrazione nei musei, una risorsa per la cittadinanza culturale*, Sesto San Giovanni, Mimesis, 2016.
- F. Camillo, S. Mucci, *Focus group per il marketing. Casi e metodologie di analisi di dati non strutturati*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- G. Capriotti, *Dalla minaccia ebraica allo schiavo turco. L'immagine dell'alterità religiosa in area adriatica tra XV e XVIII secolo*, in B. Franco Llopis, B. Pomara Saverino, M. Lomas Cortés, B. Ruiz Bejarano (editado por), *Identidades cuestionadas. Coexistencia y conflictos interreligiosos en el mediterráneo (ss. XIV-XVIII)*, Valencia, Publicacions de la Universitat de València, 2016, pp. 357-373.
- M. Cerquetti, *Marketing museale e creazione di valore: strategie per l'innovazione dei musei italiani*, Milano, Franco Angeli, 2014.
- B. Cowell, *Measuring the Impact of Free Admission*, «Cultural Trends», 16, 3, 2007, pp. 203-224.

- L. Davidson, P. Sibley, *Audiences at the “New” Museum: Visitor Commitment, Diversity and Leisure at the Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa*, «Visitor Studies», 14, 2, 2011, pp. 176-194.
- DCMS, *Taking Part 2014/15 Quarter 2: Statistical Release*, London, Department for Culture, Media and Sport, December 2014, <<https://www.gov.uk/government/statistics/taking-part-201415-quarter-2-statistical-release>>, 14.07.2016.
- C.A. Dixon, *Decolonising the museum: Cité Nationale de l’Histoire de l’Immigration*, «Race & Class», 53, 4, 2012, pp. 78-86.
- A. Filippopoliti, S. Sylaiou (edited by), *Museum & Society special issue. Museum education today: creative synergies and pedagogic innovations in multicultural contexts*, «Museum & Society», 13, 2, 2015.
- R.W. Gaston, *Love’s sweet poison: a new reading of Bronzino’s London “Allegory”*, «Sixteenth-century Italian art», 2006, pp. 56-87.
- M. Hautio, “[...] *But it’s Not Like I Know Anything About Them!*”: *Immigrants in the Museum in Finland*, «Public Archaeology», 10, 2, May, 2011, pp. 68-95.
- D. Hesmondhalgh, K. Oakley, D. Lee, M. Nisbett, *Culture, Economy and Politics. The Case of New Labour*, London, Palgrave Macmillan, 2015.
- C. Hope, *Bronzino’s “Allegory” in the National Gallery*, «Journal of the Warburg and Courtauld Institutes», 45, 1982, pp. 239-243.
- B. Horn, *Barriers and Drivers: building audience at the Immigration Museum, Melbourne, Australia*, «Museum International», 58, 3, 2006, pp. 78-84.
- S. Iervolino, *Museums, Migrant Communities, and Intercultural Dialogue in Italy*, in V. Golding, W. Modest (edited by), *Museums and Communities. Curators, Collections, and Collaboration*, London-New York, Bloomsbury, 2013, pp. 113-129.
- G. Kamberelis, G. Dimitriadis, *Focus groups: strategic articulations of pedagogy, politics, and inquiry*, in N.K. Denzin, Y.S. Lincoln (edited by), *The sage handbook of qualitative research*, Thousand Oaks, Sage, 2005, pp. 887-907.
- I. Karp, S.D. Lavine (edited by), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington, Smithsonian Institution Press, 1991.
- J. Kitzinger, *The Methodology of Focus Group: The Importance of Interaction Between Research Participants*, «Sociology of Health & Illness», 16, 1, 1999, pp. 103-121.

- R.A. Krueger, *Focus Group. A practical Guide for Applied Research*, Newbury Park, Sage, 1994.
- S. Macdonald, *Exhibitions of power, powers of exhibition*, in Id. (edited by), *The Politics of Display: Museums, Science, Culture*, London-New York, Routledge, 1998, pp. 1-24.
- J. Marcus, *Postmodernity and the museum*, «Postmodern Critical Theorizing», 30, 1991, pp. 10-19.
- S. Mascheroni, *Il museo narrativo: un laboratorio di vita*, in Bodo et al. 2016, pp. 25-32.
- F. Mazzocca (a cura di), *Francesco Hayez*, Cinisello Balsamo, Silvana Editoriale, 2015.
- E. Nardi, *La mediazione culturale nei musei. Interpretazioni e ricerche*, Milano, Franco Angeli, 2015.
- E. Nightingale, *From the Margins to the Core?: Working with Culturally Diverse Communities at the V&A Museum*, «The International Journal of the Inclusive Museum», 3, 3, 2011, pp. 50-63.
- M.G. Panigada, *Esperimenti narrativi in museo*, in Bodo et al. 2016, pp. 51-69.
- S. Papetti, «Retogli el figliol mio a Satanasso»: *l'iconografia della Madonna del Soccorso nell'entroterra marchigiano*, in V. Sgarbi (a cura di), *I pittori del Rinascimento a Sanseverino: Bernardino di Mariotto, Luca Signorelli, Pinturicchio*, Milano, Motta, 2006, pp. 87-93.
- A.M. Pecci, *Introduzione. Da "Migranti e Patrimoni Culturali" a "Patrimoni in migrazione": attraversamenti di un progetto partecipativo*, in A.M. Pecci (a cura di), *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*, Milano, Franco Angeli, 2009, pp. 11-39.
- S. Pierguidi, *Sull'iconografia della "Fraude" dell'Allegoria di Bronzino alla National Gallery di Londra*, «Bulletin de l'Association des Historiens de l'Art Italien», 7, 2000/2001, pp. 17-21.
- J.N. Pieterse, *Multiculturalism and museums. Discourse about others in the age of globalization*, in G. Corsane (edited by), *Heritage, Museums and Galleries. An introductory reader*, London-New York, Routledge, 2005, pp. 163-183.
- R. Sandell (edited by), *Museums, Society, Inequality*, London-New York, Routledge, 2002.
- , *Museums, Prejudice and the Reframing of Difference*, London-New York, Routledge, 2007.

- R. Sandell, E. Nightingale, *Museums, Equality and Social Justice*, London-New York, Routledge, 2012.
- P. Schorch, *Experiencing differences and negotiating prejudices at the Immigration Museum Melbourne*, «International Journal of Heritage Studies», 21, 1, 2015, pp. 46-64.
- M. Sensi, *Le Madonne del Soccorso Umbro-Marchigiane nell'iconografia e nella pietà*, «Bollettino storico della città di Foligno», 18, 1994, pp. 7-88.
- J.Y. Shim, *Museums taking steps forward: pedagogical apparatus requiring strategic preparation for controversial art*, «Multicultural Education Review», 7, 1-2, 2015, pp. 99-107.
- J. Smithson, *Using and analysing focus groups: limitations and possibilities*, «International Journal of Social Research Methodology», 3, 2, 2000, pp. 103-119.
- V. Szekeres, *Representing Diversity and Challenging Racism: the Migration Museum*, in Sandell 2002, pp. 142-152.
- The Warwick Commission, *Enriching Britain: Culture, Creativity and Growth. The 2015 Report by the Warwick Commission on the Future of Cultural Value*, Warwick, University of Warwick, 2015.
- S. Vaughn, J.S. Schumm, J.M. Sinagub, *Focus Group Interviews in Education and Psychology*, Newbury Park, Sage, 1996.
- S. Watson (edited by), *Museums and their Communities*, London-New York, Routledge, 2007.

Storia
 ScheletriDiElefante
 Antico Pittura Passato
 Quadri Vita oro
 Elmo
 Spada Oggetto Bello Scienza
 Noia Svago Colori
 Conoscenza Colosseo
 Patrimonio Dinosauri
 Arte Colore Statua
 Cultura

Fig. 1. Frequenza delle parole associate alla parola “museo” (ns. elaborazione)



Fig. 2. Francesco Hayez, *La Meditazione*, Verona, Galleria d'Arte Moderna Achille Forti

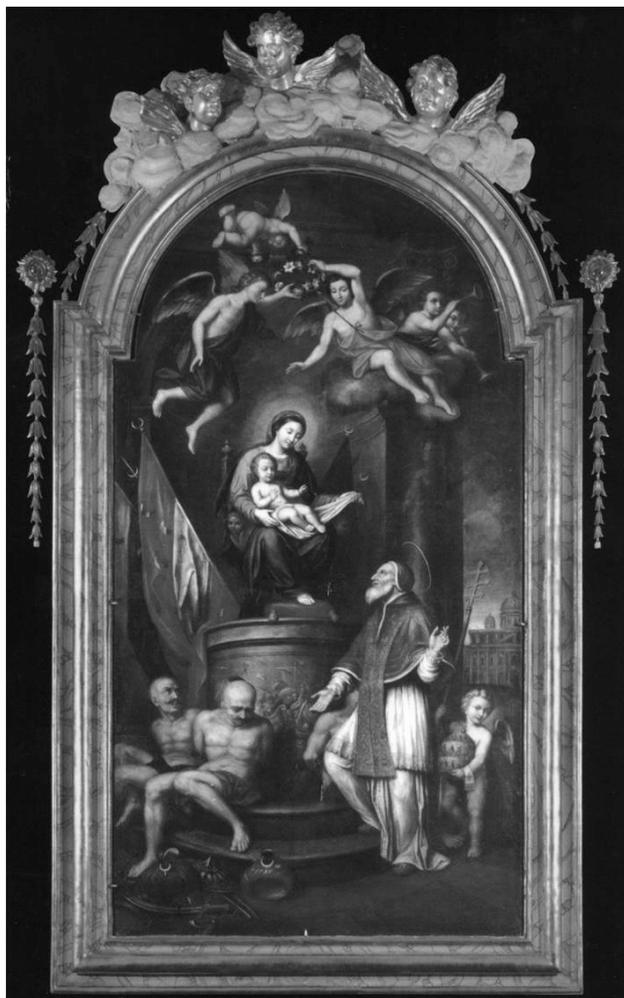


Fig. 3. Giacomo Falconi, *Madonna della Vittoria*, Grottammare, chiesa di San Pio V



Fig. 4. Agnolo Bronzino, *Allegoria*, Londra, National Gallery

Il volume raccoglie gli atti del convegno conclusivo del progetto di ricerca "*CROSS-cultural Doors. The perception and Communication of cultural heritage for audience development and rights of citizenSHIP in Europe*" (acronimo: **Cross-ship**), finanziato dall'Università di Macerata, svoltosi a Macerata dal 4 al 6 maggio 2016. Il progetto, diretto da Francesca Coltrinari, ha coinvolto professori e ricercatori dei Dipartimenti di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del turismo e di Studi umanistici dell'Università di Macerata, avvalendosi della collaborazione di studiosi di altri atenei italiani ed esteri e di esperti del settore provenienti dal mondo delle professioni. Partendo dalla constatazione che il patrimonio culturale ha costituito nel tempo uno strumento fondamentale di costruzione dell'identità, dei singoli e collettiva, il progetto si è soffermato da diversi punti di vista sul ruolo che il patrimonio culturale assume nella attuale società multilingue e multiculturale europea. Le indagini sono state condotte in quattro diverse aree: la **scuola** e i **musei**, fra le maggiori istituzioni con finalità educativa; la **storiografia** e la **letteratura di viaggio**, cruciali nella definizione dei modi di percepire il patrimonio e la **letteratura migrante**, lente di ingrandimento privilegiata per capire il punto di vista dei nuovi cittadini e degli immigrati di "seconda generazione".

Francesca Coltrinari è ricercatore di storia dell'arte moderna presso il Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo dell'Università degli studi di Macerata, dove insegna storia dell'arte moderna. Autrice di numerosi studi dedicati all'arte in area adriatica fra XV e XVIII secolo, fra cui sui Crivelli, Lorenzo Lotto, Loreto nell'età della Controriforma, i musei delle Marche, è coordinatrice di redazione della rivista "**Il Capitale culturale. Studies on the value of cultural heritage**", dedicata ai temi della valorizzazione dei beni culturali.



eum edizioni università di macerata

ISBN 978-88-6056-498-6



9 788860 564986

€ 23,00