

Valutazione di impatto socio-culturale di un'esperienza museale partecipativa

Milena Bertacchini

Museo Universitario Gemma, Sistema dei Musei e Orto Botanico, Università di Modena e Reggio Emilia, Largo Sant'Eufemia, 19. I-41121 Modena. E-mail: milena.bertacchini@unimore.it

RIASSUNTO

Il progetto dal titolo "Buon Compleanno Albinelli! Una storia lunga 90 anni del Mercato storico di Modena" è stato sviluppato usando il valore del patrimonio culturale come mezzo di inclusione e di coinvolgimento attivo del pubblico, allo scopo di far conoscere all'opinione pubblica e sensibilizzarla su questo importante luogo cittadino fortemente integrato nel tessuto sociale ed economico locale, ricco di memorie, tradizioni e cultura. Il percorso progettuale ha coinvolto una novantina di studenti di diversi istituti superiori con visite guidate del mercato storico e del paesaggio urbano in cui esso è inserito e attività formative e laboratoriali. La valutazione di impatto è stata effettuata seguendo la catena della Teoria del cambiamento e i modelli dei Generic Learning Outcomes GLOs e dei Generic Social Outcomes GSOs, attraverso questionari, commenti e interviste, insieme a prodotti artistici, letterari, post social e video. Il progetto ha rappresentato per una buona parte degli studenti una opportunità di conoscenza, di divertimento, di crescita e di dialogo.

Parole chiave:

patrimonio culturale, Teoria del cambiamento, Generic Learning Outcomes GLOs, Generic Social Outcomes GSOs, Mercato storico Albinelli.

ABSTRACT

Socio-cultural impact evaluation of a participatory museum experience

This research discusses the theories of the impact evaluation of a cultural project that took place in the historic town market of Modena. The project entitled "Happy Birthday Albinelli! The historic market of Modena celebrates 90 years" was developed using the value of cultural heritage as a means of inclusion and active involvement of the public. Its purpose was to make known and raise public awareness of this important city place strongly integrated into the local social and economic context, rich in memories, traditions and culture. The project has involved about ninety students from various high schools, aged between 16 and 18 years, with guided tours of the historic market and the urban landscape in which it is inserted, and educational activities and workshops. The restrictions imposed by the continuity of Coronavirus emergency have inevitably conditioned and forced to convert some activities by telematic means. The impact evaluation was carried out following the Theory of change chain, and the Generic Learning Outcomes GLOs and Generic Social Outcomes GSOs models, through questionnaires, comments and interviews along with artistic and literary products, social posts and videos. The involvement and collective knowledge allowed the students to feel like co-producers of a common experience, which led to the construction of their own communication path dedicated to celebrate the ninety years of the historic Albinelli Market.

Key words:

cultural heritage, Theory of change, Generic Learning Outcomes GLOs, Generic Social Outcomes GSOs, historic Albinelli Market.

I MUSEI AL SERVIZIO DELLA SOCIETÀ

I musei scientifici sono istituzioni in continua trasformazione che risentono dei mutamenti politici, economici, culturali, sociali, che avvengono a scala locale, nazionale, globale, e ai quali sono costretti ad adattarsi, sia per gli obiettivi e la responsabilità civile e sociale che si prefiggono, sia per il modo con il quale interagiscono con la comunità territoriale.

La complessità della fase storica che stiamo attraversando si riflette inevitabilmente anche sulle difficoltà incontrate nella formulazione della nuova definizione di "Museo del XXI secolo", che l'International Coun-

cil of Museums (ICOM) ha avviato dal 2018. Dopo anni di consultazioni e il lancio del progetto "Museum Definition" (ICOM, 2022, v. sito web 1), l'ICOM è arrivata a sottoporre ai suoi associati quattro possibili definizioni di museo, in ciascuna delle quali emerge sempre chiaramente come le istituzioni museali siano "al servizio della società" con l'impegno di promuovere "la sostenibilità, i diritti umani e la giustizia sociale". L'idea che i musei debbano rispondere in modo attivo e responsabile alle esigenze della società e delle comunità di riferimento non è affatto nuova, sebbene negli ultimi anni risulti particolarmente in linea con le tematiche affrontate all'interno del dibattito culturale

Matarasso (1997)	Duxbury (2008)	Generic Learning Outcomes (GLOs, 2010)	Generic Social Outcomes (GSOs, 2010)	Cultura2030 (2019)
Sviluppo personale	Preservare il patrimonio culturale	Conoscenza e comprensione		Conoscenza e competenze
Creatività e visione	Trasmettere valori culturali e storici	Competenze		Ambiente e resilienza
		Divertimento, ispirazione, creatività		
Immagine e identità	Creare una memoria e un'identità di gruppo Migliorare l'ambiente costruito	Attitudini e valori		
Responsabilizzazione e autodeterminazione della comunità	Sostenere la partecipazione civica Aumentare la sicurezza pubblica	Comportamenti e progressi	Comunità più forti e più sicure	
Coesione sociale	Superare i confini culturali/etnici/razziali Sostenere il capitale sociale		Rafforzamento della vita pubblica	Inclusione e partecipazione
Salute e benessere	Catalizzare lo sviluppo economico Promuovere la gestione del luogo		Salute e benessere	Prosperità e mezzi di sussistenza

Tab. 1. Griglia riassuntiva di confronto tra le macroaree tematiche dei modelli di valutazione socio-culturale considerati nel testo.

(Simon, 2010). Diventa pertanto sempre più importante riuscire a fornire una valutazione di quale impatto culturale e sociale abbiano le azioni intraprese dai musei sul territorio.

Nell'ultimo decennio, il prevalere dei paradigmi economici sulla valutazione di impatto dei musei ha mostrato forti criticità. Il bisogno di creare piani di sviluppo sostenibile, in linea con le esigenze sociali e le aspettative del futuro, ha portato nuova attenzione sui fattori sociali, ambientali e culturali all'interno del processo di valutazione (Wavell et al., 2002).

I musei svolgono un ruolo importante nell'aiutare le comunità a mantenere, rafforzare e creare i propri sistemi di valori e la propria cultura. I musei rappresentano un luogo sicuro dove apprendere ("safe place", "learning hub": Adams, 2010) ed esporre idee anche controverse, un luogo che vuole essere socialmente inclusivo e incoraggiare il dialogo, un luogo dove la conoscenza può essere condivisa. Come affermato da Sandell (2012), i musei stessi stanno progressivamente acquisendo la consapevolezza di poter essere un potente mezzo di cambiamento capace di dare forza anche al benessere socio-culturale.

MODELLI E INDICATORI PER VALUTARE L'IMPATTO

La cultura gioca un ruolo centrale nel sostenere e migliorare la qualità della vita e il benessere individuale e collettivo. Con l'adozione dell'Agenda 2030 e la pubblicazione degli indicatori tematici UNESCO per la cultura (UNESCO, 2019), la comunità internazionale

ha riconosciuto la cultura come quarto "pilastro" dello sviluppo sostenibile al fianco di quelli economico, sociale e ambientale (Falzarano, 2020). I 22 Indicatori Cultura 2030 sono stati individuati per rendere più visibile e tangibile il ruolo svolto dalla cultura attraverso quattro dimensioni tematiche trasversali: ambiente e resilienza, prosperità e mezzi di sussistenza, conoscenza e competenze, inclusione e partecipazione (tab. 1). Questa funzione trasformativa della cultura trova un volano nella dimensione sociale del patrimonio culturale per tutti i processi rivolti a favorire una valorizzazione del tessuto sociale, in termini di coesione, senso di appartenenza e identità, qualità urbana e relazionale (Carrà & Pultrone, 2019) in una prospettiva di sostenibilità. Duxbury (2008) afferma che la partecipazione alle arti, alla cultura e alla creatività, in ambito locale, può contribuire, direttamente o indirettamente, a una lista di importanti impatti positivi, tra i quali: la partecipazione civica, il capitale sociale, la sicurezza pubblica, la memoria e l'identità collettiva (tab. 1).

I musei possono contribuire alla costruzione del capitale sociale delle comunità (v. sito web 2) promuovendo cambiamento e innovazione attraverso azioni dove i concetti di valore e impatto sono fortemente interconnessi. La natura dell'impatto delle attività che i musei mettono in atto non è però sempre evidente, sia sull'individuo che sulla comunità. Il carattere immateriale del valore culturale e sociale delle azioni museali rende infatti intangibile e difficilmente misurabile in maniera diretta l'impatto, cioè quelle che sono le ricadute sul territorio, che vanno intese come le conseguenze dei cambiamenti generati

Risorse	Attività	Prodotti Servizi	Risultati			Impatto
Input		Output	Outcome Breve periodo	Outcome Medio periodo	Outcome Lungo periodo	
Progetto Contesto Partner Risorse Partecipanti	Programma Sviluppo Gestione	Prodotti attività individuali e di gruppo Quantità Varietà Partecipazione	Benefici dei partecipanti durante il progetto	Benefici dei partecipanti a 0-3 mesi dal progetto	Benefici dei partecipanti a > 6 mesi dal progetto	Impatto su: partecipanti, comunità locale, partner

Tab. 2. Componenti della catena del valore dell'impatto applicata al progetto "Buon Compleanno Albinelli".

a lungo termine dall'esperienza vissuta (Scott et al., 2014). Il valore rappresenta invece la percezione del grado di beneficio attribuito all'esperienza stessa. Le analisi di impatto consentono allora di renderne quantificabili gli effetti sulla realtà territoriale di riferimento, a breve, medio e lungo termine, combinando dati quantitativi e qualitativi con elementi interpretativi. La valutazione, quindi, si prospetta come una procedura complessa e multidimensionale; per questo costituisce una sfida per i musei che richiede sforzi sempre maggiori volti a sviluppare consapevolezza negli approcci e nella scelta degli strumenti valutativi (Falchetti, 2016).

La Teoria del cambiamento, o catena del valore dell'impatto (Taplin et al., 2013), è un modello che aiuta a comprendere concretamente il cambiamento prodotto dall'azione svolta dal museo in termini sociali e culturali. All'interno di questo "processo/modello" logico si individuano: gli input, che rappresentano le risorse necessarie all'ordinario funzionamento del museo (fonti economiche, risorse umane); le attività, cioè progetti, programmi e interventi messi a punto dall'istituzione; gli output, che corrispondono ai prodotti o ai servizi derivati dalle attività svolte; e gli outcome, vale a dire i risultati ottenuti nel breve, medio o lungo periodo (tab. 2). I risultati di breve periodo sono di solito espressi dai fruitori delle attività in termini di competenze, atteggiamenti e conoscenze; quelli di medio periodo corrispondono a cambiamenti nel comportamento e nella capacità decisionale; infine, nel lungo periodo prevalgono i cambiamenti nella considerazione dei valori e del modo di essere (Castle, 2013).

L'impatto risulta dall'insieme dei cambiamenti, positivi e negativi, diretti e indiretti, intenzionali e involontari, generati dalle attività osservate nel lungo periodo. Una volta determinati i risultati, occorre chiarire quali siano gli indicatori in grado di dimostrare il raggiungimento degli outcome desiderati, e delineare i modi più efficaci e praticabili per cogliere tali prove (Bollo, 2013). La maggior parte degli autori concorda sul fatto che un buon indicatore debba essere semplice e facilmente comprensibile, ben definito e sensibile ai cambiamenti in modo tempestivo; i dati che lo supportano devono essere di buona qualità e raccogliibili in incrementi temporali appropriati. In termini di applicazioni pratiche, gli indicatori devono essere economicamente

efficaci, facili da usare e pertinenti alle politiche o alle esigenze di gestione dell'ambiente che devono valutare e devono avere la flessibilità di poter essere sottoposti a rivalutazione e revisione (Adams, 2010). Se si opera in ambito locale, gli indicatori culturali possono anche essere visti come strumenti di ricerca utili per produrre dati empirici attraverso i quali costruire e sviluppare il modello teorico di riferimento (Duxbury, 2008).

Diversi autori suggeriscono di usare come guida del processo di valutazione d'impatto la classificazione di Matarasso (1997), oppure i modelli dei Generic Learning Outcomes e Generic Social Outcomes (MLA, 2010, v. sito web 3), confrontando i propri risultati selezionati con le voci di questi quadri comunemente accettati, combinandoli e integrandoli tra loro e adattandoli agli obiettivi e alle caratteristiche dei progetti realizzati. Il quadro metodologico definito da Matarasso (1997) per la valutazione dell'impatto sociale di progetti culturali risulta utile per evidenziare come le arti e la cultura contribuiscano al benessere delle comunità. Il quadro si compone di una lista di 50 indicatori organizzati in sei diversi tematismi: sviluppo personale, coesione sociale, empowerment e autodeterminazione della comunità, immagine e identità locale, immaginazione e visione, salute e benessere.

I Generic Learning Outcomes (GLOs) e i Generic Social Outcomes (GSOs) sono i modelli metodologici introdotti nel Regno Unito nel 2008 da Museums, Libraries and Archives Council (Hooper-Greenhill, 2004) con l'iniziativa "Inspiring Learning for All" (MLA, 2010, 2014, v. siti web 3 e 4). Il modello indicato come Generic Learning Outcomes GLOs propone trentatré indicatori all'interno di cinque principali categorie (tab. 1): conoscenza e comprensione; abilità; attitudini e valori; divertimento, ispirazione e creatività; azioni, comportamenti e progressi (Da Milano, 2013; Da Milano & Falchetti, 2014). Ogni voce è poi articolata in una categorizzazione di secondo livello che contiene i principali risultati, arrivando a un livello molto raffinato di indagine e di rilevamento dati. Il principio a cui si ispira il metodo GLOs è la raccolta di informazioni su che cosa "il protagonista dell'esperienza" dice/ritiene di aver appreso, vissuto, cambiato. Questi indicatori riconoscono il valore sociale del patrimonio culturale come contributo intrinseco e strumentale alla persona e alle comunità nel promuovere, ad esempio, non solo

conoscenze, attitudini, ispirazione, creatività, ma anche coesione, uguaglianza e giustizia. L'approccio dei GLOs è, quindi, particolarmente rilevante per i musei che aspirano a diventare luoghi importanti per l'apprendimento permanente, spazi in cui si trasmettono non solo conoscenze, ma anche valori associati alla cittadinanza e all'inclusione sociale

Il modello Generic Social Outcomes (GSOs) considera gli effetti generati dal progetto museale su un contesto locale seguendo tre principali ambiti (tab. 1): comunità più forti e più sicure, rafforzamento della vita pubblica, salute e benessere. All'interno di queste tre macroaree il modello identifica quattordici categorie di riferimento che richiamano i valori associati alla cittadinanza, alla coesione, all'inclusione e all'integrazione sociale.

LA DIMENSIONE SOCIALE DEL PATRIMONIO CULTURALE

Il progetto dal titolo "Buon Compleanno Albinelli! Una storia lunga 90 anni del Mercato storico di Modena" ha individuato nel mercato storico cittadino un elemento del patrimonio culturale locale capace di generare processi utili a creare le basi per una migliore "qualità della vita" della realtà territoriale nella quale è inserito.

I mercati storici sono da sempre situati nel cuore dei centri urbani in quanto luoghi privilegiati e complessi di commercio e socializzazione. I mercati storici sono spazi che raccontano la storia e la vita delle città, fanno parte di un patrimonio culturale fortemente integrato nel tessuto sociale del territorio, ricco di memorie, tradizioni e cultura. La centralità della loro funzione sociale si riflette nella loro collocazione urbana. È partendo da questo presupposto che, nel 2021, il Museo Gemma dell'Università di Modena e Reggio Emilia ha promosso il progetto "Buon Compleanno Albinelli!", con l'intento di contribuire a far conoscere le origini e il valore sociale e culturale, oltre che economico, di questo luogo storico, proprio nell'anno in cui il mercato storico di Modena, noto come Albinelli, festeggiava novant'anni di attività. Il progetto ha voluto così sensibilizzare l'opinione pubblica promuovendo un approccio partecipativo, in linea con la Convenzione di Faro: attraverso visite, racconti, documenti e frammenti di storia, ha costruito un viaggio nello spazio e nel tempo per ripercorrere le trasformazioni urbane avvenute nell'area su cui oggi sorge il mercato, fondato nel 1931 per volere di personaggi di spicco della Modena dell'epoca, tra cui il sindaco Luigi Albinelli (1900-1908).

Il Mercato storico Albinelli è un patrimonio di prosimità che "anima la vita dei cittadini" (Mascheroni, 2020), facile da approcciare perché vicino al contesto delle famiglie e degli amici, e alle esperienze vissute dagli studenti. Si tratta infatti di un patrimonio capace di favorire legami di affezione che risultano indispensabili ogni qual volta si voglia avviare un processo conoscitivo integrato e sistemico e tracciare rotte educative in una prospettiva di sostenibilità. Il mercato è un'istituzione viva in grado di dialogare per con-

nessioni e confronti con altri patrimoni del territorio come quello del Museo Gemma o dell'Archivio storico comunale, partner del progetto insieme al Comune di Modena, al Consorzio Mercato Albinelli e ad alcuni istituti superiori cittadini.

PROCESSO DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO

La progettazione museale di "Buon Compleanno Albinelli!" è stata sviluppata usando il valore del patrimonio culturale come mezzo di inclusione e di coinvolgimento attivo del pubblico. La valutazione di impatto è stata effettuata seguendo la catena della Teoria del cambiamento (tab. 2) e i modelli dei Generic Learning Outcomes GLOs e dei Generic Social Outcomes GSOs (MLA, 2010, 2014, v. siti web 3 e 4), attraverso questionari, commenti e interviste, e anche altre forme espressive come prodotti artistici, letterari, post social e video. I risultati sono stati piuttosto soddisfacenti, talvolta sorprendenti, ma hanno anche messo in luce qualche elemento di debolezza.

Input

I musei hanno un legame inscindibile con il territorio, che si incardina attorno alla relazione tra patrimonio, memoria e identità e li trasforma in strumenti chiave di diffusione culturale e di sostenibilità. Il Museo Gemma opera da anni per valorizzare il patrimonio culturale locale, promuovendo esperienze educative rivolte a trasformare il territorio in un ambiente di apprendimento, attraverso il coinvolgimento delle scuole e della comunità territoriale. Con l'esperienza "Buon Compleanno Albinelli!", il Museo ha voluto sfidare lo scenario ancora incerto dovuto al perdurare della crisi pandemica da nuovo Coronavirus, consapevole della necessità di affrontare le criticità del momento in modo collettivo e con senso di condivisione. Il percorso progettuale è iniziato a febbraio 2021 coinvolgendo studenti di diversi istituti superiori (licei classico e artistico), di età compresa tra i 16 e i 18 anni, e la variegata comunità che opera e frequenta il Mercato Albinelli.

Attività

Le attività proposte hanno trasformato il territorio in ambiente di apprendimento incentivando l'accesso dei ragazzi a nuovi spazi educativi esterni alla classe e alla scuola e recuperando un apprendimento basato sull'esperienza diretta (Bertacchini, 2021). Gli studenti sono stati coinvolti in visite guidate del mercato storico e del paesaggio urbano in cui esso è inserito e in attività formative e laboratoriali, che le restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria hanno inevitabilmente condizionato e costretto a convertire in parte in modalità telematica. La fase formativa iniziale è risultata quanto mai necessaria poiché, a una prima indagine conoscitiva, la gran parte degli studenti ignorava totalmente l'esistenza di questo mercato o ne aveva a malapena sentito parlare da familiari o conoscenti.



Fig. 1. Alcuni momenti delle attività in presenza di "Buon Compleanno Albinelli!": interviste a clienti ed esercenti del mercato storico e l'evento di presentazione del progetto alla città (8 aprile 2021) con solo una delegazione di studenti partecipanti a causa delle misure sanitarie vigenti.

Output

I diversi partner del progetto hanno lavorato in modo concertato sulle attività e i modi più adatti per permettere ai novanta studenti coinvolti di vivere il mercato e di entrare in contatto diretto con gli esercenti e le diverse tipologie di clienti/frequentatori, al fine di favorire una loro diretta partecipazione alla produzione delle varie esperienze proposte. I momenti di aggregazione e ritrovo che si sono svolti in concomitanza della presentazione ufficiale del progetto alla città l'8 aprile 2021 (fig. 1) e della sua conclusione nella giornata del compleanno del mercato, il 28 ottobre 2021, sempre nel rispetto delle restrizioni sanitarie in vigore, hanno rappresentato occasioni emozionanti di ritrovo, partecipazione, condivisione.

Outcome

Il progetto ha rappresentato per una buona parte degli studenti una opportunità di apprendimento individuale, di progressiva crescita e di stimolo al cambiamento, di acquisizione di consapevolezza dei valori associati al patrimonio. Le modalità di svolgimento delle attività hanno messo in evidenza come il distanziamento imposto dall'emergenza sanitaria, con una maggiore frequentazione virtuale e social, abbia determinato per alcuni studenti uno smarrimento delle relazioni in presenza, con difficoltà diffuse di socializzazione e impedimenti nell'elaborazione di un pensiero critico costruttivo. In un primo momento, alcuni dei ragazzi hanno mostrato un certo scetticismo sul valore della proposta, che consideravano non interessante, insolita, complessa, inadatta perché "non contemporanea", e un primo giudizio dato da uno studente sul progetto è stato: "Yare yare daze" ("Santo Cielo!", lo slogan di un popolare personaggio della serie manga "JoJo's Bizarre Adventure"). Lo scetticismo è il contrario del senso di fiducia, vale a dire sfiducia. La perdita di fiducia determina un peggioramento nelle relazioni, nell'apprendimento, nel fare rete con gli altri e il territorio (Versari, 2021). Con il procedere delle attività, il giudizio sul progetto si è trasformato in stimolante, curioso, originale, divertente, interessante e in grado di valorizzare il potenziale creativo ed espressivo di ognuno mettendo in evidenza abilità personali non sempre espresse.

Il coinvolgimento e la conoscenza collettiva hanno permesso ai ragazzi di sentirsi co-produttori di un'esperienza comune, che ha portato alla costruzione di un loro percorso di comunicazione dedicato a celebrare i novant'anni del Mercato storico Albinelli.

VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIO-CULTURALE DEL PROGETTO

La valutazione d'impatto è ormai fortemente raccomandata (OECD-ICOM, 2019), in particolare in campo educativo e culturale, anche perché rappresenta un elemento essenziale della progettazione secondo il modello logico, di cui costituisce la verifica dell'efficacia dei risultati (outcome). Per coerenza con la complessità di prospettive e del contesto, e per rilevare esiti attesi o inattesi, sono stati quindi adottati criteri e strumenti di valutazione qualitativo-interpretativa di riconosciuto valore e attendibilità, capaci di rivelare conoscenze, opinioni e percezioni dei ragazzi e i diversi effetti dell'intero percorso esperienziale.

L'impatto delle proposte educative in generale, e in particolare di quelle che interessano il patrimonio culturale, è personale e ciascun individuo lo percepisce come esperienza unica; per tale ragione sono stati adottati sistemi di raccolta dati non standardizzati così da aumentare la probabilità di cogliere le diverse reazioni individuali. Seguendo la pedagogia costruttivista, si è considerato che il valore delle esperienze culturali non risiede solo nei risultati, nei prodotti o nelle buone prestazioni, ma anche nei processi attivati. Si è ritenuto interessante valutare quanto e come i ragazzi fossero coinvolti nelle azioni e negli interventi, sia dal punto di vista cognitivo ed emotivo individuale, sia dal punto di vista delle relazioni sociali implicate; pertanto sono stati osservati e considerati nella valutazione anche i comportamenti e le variazioni di interesse, di partecipazione, di coinvolgimento. Coerentemente con questi criteri, sono stati utilizzati come strumenti di raccolta dati: questionari con risposte aperte, interviste, focus group, brainstorming, conversazioni tra partecipanti e/o con gli operatori. I ragazzi sono stati intervistati (oppure erano proposti loro dei questionari) su cosa e perché ricordavano meglio o con-

Generic Learnig Outcomes (GLOs)	Impatto individuale	Impatto collettivo
GLO 1 - Conoscenza e comprensione	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere il mercato • Conoscere la città e la sua storia • Nuove conoscenze • Conoscenze utili per il futuro • Avvicinamento al museo • Avvicinamento al mondo del lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogo generazionale e intergenerazionale • Valorizzazione di memorie
GLO 2 - Competenze	<ul style="list-style-type: none"> • Pensiero critico • Problem solving • Nuove relazioni • Relazioni esterne alla scuola • Relazioni con i miei compagni • Maggiore capacità di riflettere • Comunicare il mio sapere • L'uso dell'acquerello • Come raggiungere il mercato 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilizzazione • Presa di coscienza
GLO 3 - Attitudini e valori	<ul style="list-style-type: none"> • Collaborare con i miei compagni • Autostima • Empatia • Attenzione al mercato, a chi ci lavora e lo frequenta 	<ul style="list-style-type: none"> • Identità collettiva • Coesione sociale • Resilienza/Resistenza
GLO 4 - Divertimento, ispirazione, creatività	<ul style="list-style-type: none"> • Scoperta • Stupore • Espressività creativa • Opportunità di stimoli 	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di reti sociali • Opportunità di uscire dall'isolamento e dallo smarrimento del lockdown
GLO 5 - Comportamenti e progressi	<ul style="list-style-type: none"> • Soddisfazione • Crescita • Consapevolezza • Responsabilità • Coinvolgimento • Insoddisfazione (Non ho imparato nulla; Ho imparato qualcosa che dimenticherò presto e non mi servirà mai!) 	<ul style="list-style-type: none"> • Attenzione attiva al territorio • Condivisione di responsabilità • Senso di fiducia/sfiducia • Scoperta del patrimonio culturale come valore e risorsa • Smarrimento post-lockdown • Socialità

Tab. 3. Griglia riassuntiva della valutazione d'impatto sociale del progetto "Buon Compleanno Albinelli", organizzata sulla base delle reazioni raccolte tra gli studenti coinvolti, a scala sia individuale (impatto individuale) che di gruppo (impatto collettivo), in funzione dei parametri dei Generic Learning Outcomes (mod. Bertacchini, 2021).

sideravano interessante; su cosa avevano apprezzato; su eventuali cambiamenti nel modo di pensare, nelle conoscenze, negli interessi; sulla loro soddisfazione e divertimento, o in merito a emozioni particolari provate durante le attività. Questo tipo di procedura ha permesso ai partner del progetto di identificare alcuni punti di forza e di debolezza delle diverse esperienze, ma allo stesso tempo ha aiutato i partecipanti a prendere consapevolezza dei loro processi mentali, emotivi e degli eventuali cambiamenti della loro personalità. Sono stati quindi registrati gli atteggiamenti iniziali e i cambiamenti che di volta in volta si presentavano nei comportamenti dei ragazzi. Gli indicatori GLOs hanno permesso di osservare con chiarezza l'incremento di conoscenze (termini nuovi, nuove informazioni, nuove pratiche e capacità, nuove domande ecc.), l'intensità del coinvolgimento e della partecipazione, l'assiduità della frequenza e dell'impegno, la positività delle relazioni con gli operatori (anche con gli insegnanti che hanno partecipato attivamente ai laboratori), i momenti di rilassamento e di espressività creativa, gli atteggiamenti di soddisfazione per i propri prodotti e risultati, inclusi i successi scolastici (tab. 3).

Il gradimento delle attività è stato dichiarato dalla gran parte dei ragazzi e ha coinciso anche con i loro comportamenti, i commenti raccolti, il loro impegno e il senso di gratitudine per le esperienze vissute.

I cambiamenti rilevati nella percezione e nelle attitudini, nei pensieri e nelle reazioni dei partecipanti hanno contribuito a incoraggiare la socializzazione e la capacità di relazionarsi fra studenti delle diverse scuole e a generare un impatto sociale, sia individuale che collettivo, che ha avuto ricadute in ambito familiare e sul territorio. Gli indicatori del modello dei GSOs hanno evidenziato incrementi positivi secondo le tre principali linee di valori:

- 1) comunità più forti e sicure (miglioramento del dialogo familiare e intergenerazionale, rispetto delle diversità e delle disabilità);
- 2) rafforzamento della vita pubblica (consapevolezza dell'importanza e della responsabilità civica e sociale delle azioni svolte e delle relazioni avviate con la comunità);
- 3) salute e benessere (supporto al benessere psichico e mentale della comunità locale e delle generazioni più anziane) (tab. 4).

Generic Social Outcomes (GSOs)	Impatto individuale	Impatto collettivo
GSO 1 – Comunità più forti e sicure	<ul style="list-style-type: none"> • Miglioramento del dialogo familiare e intergenerazionale • Rispetto delle diversità e delle disabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • Coesione sociale • Dialogo generazionale e intergenerazionale • Valorizzazione di memorie • Attenzione attiva al territorio • Condivisione di responsabilità
GSO 2 – Rafforzamento della vita pubblica	<ul style="list-style-type: none"> • Consapevolezza dell'importanza e della responsabilità civica e sociale delle azioni svolte e delle relazioni avviate con la comunità • Identità e valore dell'immagine locale 	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di reti sociali • Reazioni per uscire dall'isolamento e dallo smarrimento del lockdown
GSO 3 – Salute e benessere	<ul style="list-style-type: none"> • Supporto al benessere psichico e mentale della comunità locale e delle generazioni più anziane 	<ul style="list-style-type: none"> • Identità collettiva • Resilienza/Resistenza • Socialità

Tab. 4. Griglia riassuntiva della valutazione d'impatto sociale del progetto "Buon Compleanno Albinelli", organizzata sulla base delle reazioni raccolte tra gli studenti coinvolti, a scala sia individuale (impatto individuale) che di gruppo (impatto collettivo), in funzione dei parametri dei Generic Social Outcomes.

La valutazione di impatto socio-culturale di questa esperienza ha messo infine in evidenza come le azioni dei musei possano impattare e permeare la vita di una comunità e fornire un proprio contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile rielaborati secondo gli indicatori per la Cultura dell'Agenda 2030: Obiettivo 4 (Istruzione di qualità) relativo agli indicatori dell'area strategica "saperi e competenze" (sviluppo di un bagaglio culturale e di competenze artistico-culturali); Obiettivo 11 (Città e Comunità sostenibili) relativo agli indicatori delle aree strategiche "ambiente e resilienza" (attenzione al patrimonio culturale) e "prosperità e mezzi di sussistenza" (economie più inclusive e sostenibili); Obiettivo 17 (Partnership) relativo agli indicatori dell'area "inclusione e partecipazione" (inclusione e coesione sociale).

BIBLIOGRAFIA

ADAMS E., 2010. *Towards sustainability indicators for museums in Australia*. Collection Council of Australia, BSc (Hons) The University of Adelaide, 81 pp.

BERTACCHINI M., 2021. Riflessioni sul patrimonio culturale al tempo del coronavirus. In: Barbagli F., Cioppi E., Falchetti F., Miglietta A.M. (a cura di), Atti del Congresso ANMS 2020, I musei scientifici italiani nel 2020. 18-20 novembre 2020. *Museologia Scientifica Memorie, numero speciale online*: 174-181.

BOLLO A., 2013. LEM *The Learning Museum. Report 3 Measuring Museum Impacts*. Istituto per i Beni Artistici Culturali e Naturali Regione Emilia-Romagna, 100 pp.

CARRÀ N., PULTRONE G., 2019. Il patrimonio culturale per la costruzione di capitale sociale nel processo di territorializzazione di Agenda 2030. *ArcHistor Extra*, 6: 330-339.

CASTLE M.C., 2013. *Outcomes-Based Program Planning & Evaluation. Workbook*. Ontario Museum Association, Toronto, Canada, 26 pp. (<https://www.museumsonario.ca/sites/default/files/members/OMAOutcomesWorkbook2013Web.pdf>).

DA MILANO C., 2013. Considerazioni sulla valutazione dei processi educativi nei musei. In: Celi M., Trevisin A. (a cura di), Atti del Workshop ANMS, L'educazione degli adulti al museo: dalla teoria alle buone prassi. Museo di Storia Naturale e Archeologia di Montebelluna (TV), 2006-2010. *Museologia Scientifica Memorie*, 10: 142-145.

DA MILANO C., FALCHETTI E., 2014. *Storie per i musei. Musei per le storie*. Vetrani Editore, Nepi (VT), 120 pp.

DUXBURY N., 2008. Cultural Citizenship and Community Indicator Projects: approaches and challenges in the local/municipal context. *UNESCO Observatory*, 1(2): 48-66.

FALCHETTI E., 2016. Dall'acquisizione di conoscenze all'impatto culturale e dai questionari allo storytelling digitale: evoluzione degli obiettivi e delle strategie di valutazione nei musei. In: Bon M., Trabucco R., Vianello C. (a cura di), Atti del XXIII Congresso ANMS, Allestire per comunicare nei Musei scientifici. Venezia 13-15 novembre 2013. *Museologia Scientifica Memorie*, 15: 108-112.

FALZARANO A., 2020. Agenda 2030 tra Sviluppo Sostenibile e cultura della sostenibilità: una lettura sociologica. In: Conti U., Memoli R. (a cura di), Cultura, mutamento, sviluppo. *Culture e Studi del Sociale CuSSoc*, 5(1): 143-152.

HOOPER-GREENHILL E., 2004. Measuring Learning Outcomes in Museums, Archives and Libraries: The Learning Impact Research Project (LIRP). *International Journal of Heritage Studies*, 10: 151-174.

- MASCHERONI S., 2020. *ICOM Italia per l'educazione al/con il patrimonio culturale nello scenario contemporaneo: museo-scuola-territorio per i cittadini in formazione. Documento di lavoro. 5 pp.* (<https://www.icom-italia.org/wp-content/uploads/2021/01/ICOMItalia.GdLMuseiScuole.EducazionePatrimonio.7ottobre.2020.pdf>).
- MATARASSO F., 1997. *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts*, Comedia, Stroud, 100 pp. (<https://www.artshealthresources.org.uk/wp-content/uploads/2017/01/1997-Matarasso-Use-or-Ornament-The-Social-Impact-of-Participation-in-the-Arts-1.pdf>).
- OECD-ICOM, 2019. *Culture and local development: maximising the impact. Guide for local Governments, Communities and Museums* (<https://www.oecd.org/cfe/leed/oecd-icom-guide.htm>).
- SANDELL R., NIGHTINGALE E. (eds.), 2012. *Museums, Equality and Social Justice. Museum Meanings*. Routledge, London and New York, 369 pp. (<https://library.oapen.org/bitstream/id/567abc4e-455f-44d1-a37e-aa9888c8b16c/9781136318702.pdf>).
- SCOTT C., DOD J., SANDELL R., 2014. *Cultural Value. User value of museums and galleries: a critical view of the literature*. Arts & Humanities Research Council, 45 pp.
- SIMON N., 2010. *The Participatory Museum. Museum 2.0*, Santa Cruz CA, 388 pp.
- TAPLIN D.H., CLARK H., COLLINS E., COLBY D.C., 2013. *Theory of Change. Technical papers*. ActKnowledge, New York, 2013, 22 pp. (<https://www.actknowledge.org/resources/documents/ToC-Tech-Papers.pdf>).
- UNESCO, 2019. *Culture 2030 Indicators. Thematic Indicators for Culture in the 2030 Agenda*. 109 pp. (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>).
- VERSARI S., 2021. *La scuola della nostra fiducia. Materiali per il tempo Covid e oltre*. Collana "I Quaderni dell'Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna", Quaderno n. 45. Tecnodid Editrice, Napoli, 176 pp. (https://www.istruzioneer.gov.it/wp-content/uploads/2021/02/La-scuola-della-nostra-fiducia_Versari_USR-ER-WEB.pdf).
- WAVELL C., BAXTER G., JOHNSON I., WILLIAMS D., 2002. *Impact Evaluation of Museums, Archives and Libraries: Available Evidence Project*. Aberdeen Business School, The Robert Gordon University, Aberdeen (UK). Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries, xvii + 111 pp. (<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.8100&rep=rep1&type=pdf>).
- Siti web (ultimo accesso 06.04.2022)**
- 1) ICOM, Museum Definition <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
 - 2) NEMO. EU Presidency Trio Conference, 2020. Museum and Social Responsibility: Values Revisited 17-18 September 2020 <https://www.ne-mo.org/about-us/eu-presidency-museum-conference>
 - 3) Arts Council England. Measuring outcomes <https://www.artscouncil.org.uk/measuring-outcomes>
 - 4) Arts Council England. About ILFA <https://www.artscouncil.org.uk/about-ilfa-0>