

Un Cafè per parlare di valutazione nei musei

Michela Mayer

OCSE PISA (Program for International Student Assessment), INVALSI, Via Rosa Raimondi Garibaldi, 30. I-00145 Roma.
 E-mail: michela.mayer@libero.it

RIASSUNTO

Il museo contemporaneo deve interrogarsi sulla scelta di valori, cognitivi, affettivi, sociali e sulla qualità della comunicazione, quindi del cambiamento che si vuole ottenere. Dopo una sintetica presentazione del metodo World café, utilizzato nello specifico nel Workshop di Montebelluna (TV) per trattare il tema della valutazione, viene proposta un'analisi critica dei paradigmi positivista, interpretativo e sociocratico, al fine di delineare indirizzi per scelte valutative adeguate al ruolo contemporaneo dei musei.

Parole chiave:

valutazione, musei, World café.

ABSTRACT

A cafe to talk about evaluation in museums

The contemporary museum must wonder about the choice of cognitive, emotional and social values, about the communication quality, and consequently about the longed-for change. After a concise presentation of the World café method, specifically used in the Workshop at Montebelluna (Treviso) to deal with the evaluation topic, there is a critical analysis of the positivist, interpretative and socio-cratric paradigms, in order to outline some trends for the evaluation choices which are fit to the contemporary role of museums.

Key words:

evaluation, museums, World café.

La valutazione della qualità dei prodotti, dei progetti, dei servizi, è divenuta ormai una necessità, non solo per il mercato ma anche per il cittadino che richiede indicazioni e garanzie che lo aiutino nelle sue scelte. Gran parte però dei criteri, e quindi dei valori, che ispirano questo tipo di valutazione - corrispondenza alle aspettative del cliente, riproducibilità del servizio o del prodotto, produttività - sembrano diversi, e a volte incompatibili, da quelli propri dell'educazione; e non solo di quella formale che si propone nella scuola ma anche di quella non formale che avviene nei musei, e che deve essere invece caratterizzata da un'attenzione alle differenze, da un certo grado di imprevedibilità per destare curiosità e interesse, da una complessità di approcci che permetta di toccare contemporaneamente i diversi fattori intrecciati nei processi di apprendimento. In un Museo che vuole sviluppare la propria qualità la sfida non è quindi solo quella di offrire percorsi semplici, possibilmente accattivanti, basati su elementi concreti espositivi o agiti, adatti alle età dei visitatori, ma è quella soprattutto di interrogarsi sulla scelta di valori - cognitivi, affettivi, sociali - che caratterizzano il percorso e sulla qualità della comunicazione - e quindi del cambiamento - che si vuole ottenere.

Per parlarne a Montebelluna abbiamo usato la tecnica del World café e cercato di approfondire assieme il concetto di valutazione che più o meno implicitamen-

te ci portiamo dietro per trovare, anche in esperienze internazionali e non museali, ispirazione per una rifondazione del concetto stesso e per una pratica valutativa più coerente con gli scopi che un Museo dovrebbe prefiggersi.

La tecnica del World café è una tecnica largamente usata (per le indicazioni in italiano per organizzare e svolgere un World café vedi sito web) per far emergere attraverso gruppi di discussione, guidati da domande e temporalmente cadenzati, gli elementi emergenti di un progetto, di un problema, di una esperienza (fig. 1). Per questo, oltre ad essere una tecnica che permette di focalizzare la discussione in gruppi omogenei, come nel caso di Montebelluna, può essere anche usato come tecnica di valutazione, per esempio di una proposta museale, da sostituire ai più noti focus group. Prima di introdurre il World café abbiamo cominciato con il riflettere sui significati che spontaneamente associamo alla parola valutazione: non è un caso infatti che i termini più frequentemente utilizzati (verifica, giudizio, controllo, misura, risultato, oggettività, ...) siano quelli che corrispondono ad una visione del processo di valutazione, ad un paradigma, che vede nella trasformazione della qualità in quantità il suo punto di arrivo. Se lo scopo è dare un risultato, una statistica, un trend temporale, dobbiamo trovare strumenti e metodologie di misura che traspongano quello che pensa-



Fig. 1. Un'attività World café.

mo qualitativamente importante in quantità. Ma questo è sempre possibile? O non succede spesso il contrario, che prendiamo come misura di qualità solo quello che sappiamo già misurabile o enumerabile?

In letteratura questa visione della valutazione, ancora la più diffusa, viene definita come appartenente ad un paradigma positivista in cui la realtà è oggettiva e può essere conosciuta e controllata, la conoscenza scientifica è a-valoriale, e l'educazione formale, non formale e informale è lo strumento che permette di impadronirsi delle conoscenze. Altri elementi, come la motivazione e gli atteggiamenti, sono importanti per conseguire i risultati ma è attraverso i risultati che possono essere anch'essi valutati. La valutazione è vista quindi come un fatto essenzialmente tecnico, orientato ai risultati più che ai processi, in cui è essenziale il rispetto rigoroso della metodologia, la validità degli strumenti e l'oggettività del valutatore nell'interpretare i dati raccolti.

Se sono gli strumenti e i metodi - testati e preparati in anticipo - che garantiscono la validità di una valutazione, in essa non c'è posto per le emergenze, per tutti quegli avvenimenti e quelle risposte impreviste che non rientrano negli schemi e negli obiettivi predefiniti. In realtà nella pratica di valutazione, soprattutto di programmi sociali o culturali, esistono altre posizioni più aperte all'imprevisto e al confronto tra opinioni e valori anche diversi. In un paradigma interpretativo sia la realtà sia la conoscenza sono viste infatti come costruzioni soggettive; la qualità da perseguire è soprattutto quella dei processi, data la molteplicità di cause che possono influenzare i risultati; visto che ogni valutazione è guidata da valori un elemento chiave è la negoziazione dei valori di cui sono portatori i diversi "stakeholders" che nel processo si incontrano. Il ruolo del valutatore è quello di un facilitatore neutrale che media tra i diversi punti di vista e sviluppa una descrizione condivisa della qualità che si vuole ottenere e degli elementi che permettono di riconoscerla.

Questa distinzione riprende in parte una riflessione di Carlo Ginzburg quando già nel 1979 proponeva un paradigma "indiziario" in contrapposizione con un

paradigma "galileiano" (Ginzburg, 1979). Nel paradigma galileiano proprio delle scienze dure l'attenzione del ricercatore si concentra sulle regolarità, sulle similitudini, che permettono di riconoscere strutture comuni e di arrivare quindi a conclusioni generali o generalizzabili. Il paradigma indiziario richiede invece di soffermarsi sulle differenze, sui segni più o meno evidenti che permettono di ricostruire quello che è accaduto o di avere indizi su quello che accadrà. Per un paradigma indiziario la razionalità e il rigore non risiedono necessariamente nei processi di quantificazione e di generalizzazione ma nell'attenzione ai piccoli segni, agli indizi, che, correttamente interpretati, permettono di ricostruire una storia, un processo, e quindi anche un percorso di apprendimento. Su un paradigma indiziario si basano non solo le scienze storiche e sociali, ma anche molte di quelle naturali, dall'astronomia agli studi evolutivisti.

Ultimamente nell'ambito delle scienze sociali e dei programmi di valutazione si sta imponendo un paradigma "sociocritico", o "dialogico", che cerca di raccogliere il meglio delle due posizioni: in questo paradigma la realtà è oggettiva, ma la rappresentazione che ne costruiamo è soggettiva e quindi determinata culturalmente; ogni apprendimento, e quindi anche ogni valutazione, è uno strumento di cambiamento e come tale si basa sulla costruzione di relazioni e sulla partecipazione; il valutatore è un garante del dialogo, che raccoglie dati anche quantitativi e indizi qualitativi, che esplicita i propri valori in modo da essere il più imparziale possibile, e costruisce giudizi di valore sulla base di criteri di qualità condivisi.

Qualità e quantità in questa visione non sono concetti contrapposti, ma la qualità non può essere ridotta a numeri (Aristotele) e invita a stabilire priorità e ad individuare coerenze che necessariamente sono fondate su valori: come dice Robert Pirsig (1995) "sono i valori a creare gli oggetti", e sono quindi i valori a indicare quali quantità siano significative per le diverse qualità che si vogliono raggiungere. Pirsig nel suo libro più famoso (1990) distingue tra una qualità statica, per la quale l'obiettivo è ottenere buoni risultati rispetto a standard che possono essere predefiniti, e una qualità dinamica, nella quale si cerca di fare qualcosa che non è mai stata fatta prima, e in cui non esistono standard.

I processi educativi e formativi, siano essi sviluppati a scuola, a casa o in un museo si confrontano quotidianamente con il nuovo, con l'imprevisto, con l'emergente ed hanno quindi bisogno di tenere sempre presenti ambedue i tipi di qualità: una base stabile è necessaria per sostenere la dinamica dell'innovazione. Per una valutazione dei percorsi museali che sia coerente con il paradigma socio critico e con una visione dinamica del ruolo dei musei occorre allora, e ne abbiamo parlato a Montebelluna nel World café, riflettere sul contributo che i Musei possono dare non tanto alla cultura in generale, ma ai cambiamenti personali e

sociali. Quanto un Museo può influire sulle visioni del mondo che implicitamente o esplicitamente chi entra in un Museo si porta dietro? Come può attirare coloro che non sentono la necessità di intraprendere un piccolissimo percorso di comunicazione e cambiamento? E quali sono gli elementi che nella conduzione museale quotidiana assumiamo come segnali che "le cose stanno andando per il verso giusto" e perché?

Ogni operatore in maniera spontanea costruisce dei propri criteri di qualità rispetto alle domande alle quali un museo dovrebbe rispondere e agli strumenti e alle metodologie che utilizza, ma per fare un passo in avanti occorre attivare processi di confronto, interni ai musei e tra di essi, di continua ricerca sulla propria azione, che permettano di focalizzare le domande, raccogliere i dati significativi, documentare e interpretare i processi.

Per costruire un percorso di miglioramento continuo della qualità ("quality enhancement" e non solo "quality control") occorre sviluppare da un lato una attenzione alle emergenze, all'inatteso, unita ad una riflessione critica che permetta di individuare i punti di forza e i punti di debolezza, gli ostacoli e le possibilità e dall'altro una costruzione condivisa tra tutti gli operatori e gli stakeholders di un quadro di riferimento valoriale condiviso e di un elenco di criteri di qualità con i quali le proposte museali si vogliono confrontare. Per passare in maniera coerente dal quadro di riferimento valoriale al sistema di criteri/indicatori di qualità che caratterizza la proposta museale, - e sulla cui base si possono pianificare e realizzare le operazioni di valutazione - occorre procedere per fasi:

- individuare le aree, le funzioni, i settori prioritari della proposta museale all'interno dei quali si vuole raggiungere un alto livello di qualità;
- articolare queste aree in criteri, che facciano da ponte tra i valori che ispirano il quadro di riferimento e gli obiettivi concreti da raggiungere;
- definire per ogni criterio degli indicatori, più specifici anche se ancora abbastanza generali da lasciare spazio alle diversità e all'innovazione;
- cercare ed elencare esempi di indizi/descrittori all'interno degli indicatori definiti della qualità che il museo ha raggiunto o dovrebbe raggiungere.

In questa proposta gli indicatori costituiscono dei sistemi di indizi o di descrittori coerenti e interrelati tra loro, riferiti ad un insieme di valori educativi che permettano di interpretarne il significato, sono a loro volta correlati in sistema, in cui le relazioni tra le parti

costituiscono anch'esse un elemento di valutazione, e si riferiscono esplicitamente ad un quadro di riferimento condiviso relativo al ruolo dei musei nella società attuale.

Per arrivare a definire gli indicatori può essere utilizzata sia una metodologia top-down, ricavando cioè alcuni indicatori dagli assunti teorici e dai valori di partenza, sia una metodologia bottom up, individuando cioè gli indicatori all'interno delle esperienze concrete e con la partecipazione di coloro che le stanno portando avanti. Gli indicatori devono essere esplicitati e negoziati sia a priori sia durante la valutazione, e devono poter essere usati come sostegno per la costruzione e lo svolgimento di iniziative e progetti. Gli indicatori inoltre richiedono di essere continuamente aggiornati: il sistema non è statico ma dinamico, in continua evoluzione.

Sia a livello nazionale (Beccastrini et al., 2005) sia a livello internazionale sono disponibili esempi di sistemi di indicatori e dei processi utilizzati per la loro costruzione, anche se in campi diversi da quelli delle proposte museali. Come tutti gli esempi non forniscono ricette ma solo elementi di riflessione e di ispirazione: ogni museo, e ogni proposta valutativa, sono fortunatamente unici. Come diceva un ben noto valutatore americano, "sviluppare una valutazione è un esercizio drammatico di immaginazione" (Cronbach, 1983).

BIBLIOGRAFIA

- BECCASTRINI S., BORGARELLO G., LEWANSKI R., MAYER M., 2005. *Imparare a vedersi. Una proposta di indicatori di qualità per i sistemi regionali di educazione ambientale*. ARPAT, Regione Toscana, 197 pp.
- CRONBACH U., 1983. *Designing evaluations of Education and Social Programs*. Jossey Bass, San Francisco, 374 pp.
- GINZBURG C., 1979. *Spie. Radici di un paradigma indiziario*. In: Gargani A. (ed.), *Crisi della ragione*. Einaudi, Torino, pp. 59-106.
- PIRSIG R., 1995. *Lila. Indagine sulla morale*. Adelphi, Milano, 504 pp.
- PIRSIG R., 1990. *Lo Zen e l'arte della manutenzione della motocicletta*. Adelphi, Milano, 392 pp.

Siti web (accessed 15.12.12)

World café
<http://www.theworldcafe.com/translations/Cafe-to-Go-Italiano.pdf>