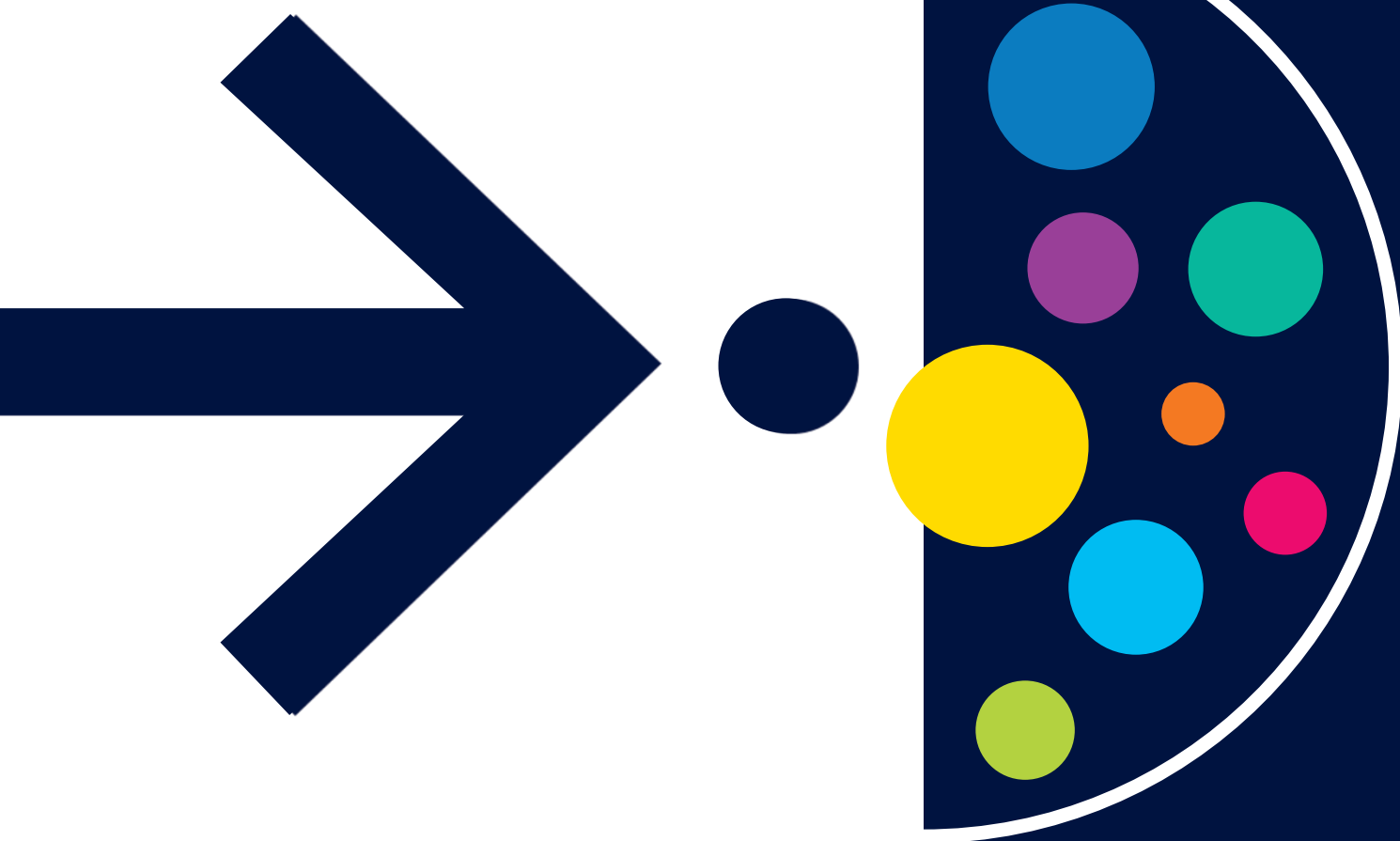


Inclusion Training
for Explainers in Museums
and Science Centres

Moduli della formazione

Versione 1: online



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

RISORSE

Tutti i materiali e i contatti sono disponibili nella pagina web del Progetto e nel sito Erasmus +, nella pagina ad esso dedicata:



<https://www.deutsches-museum.de/en/forschung/forschungsinstitut/projekte-und-forschungsbereiche/projects/detail-page/erasmus-items>



<https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-1-DE02-KA204-006202>

Team di lavoro:

- Laura Verbeek, Lorenz Kampschulte, Deutsches Museum, Monaco di Baviera
- Catherine Oualian, Ecole de la médiation - Universcience, Parigi
- Giulia Ghezzi, Sabrina Aguanno e Donato Vozza, Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci, Milano
- Katharina Hof, Ars Electronica Center, Linz
- Sielle Gramser, TU München, Monaco di Baviera

Molte altre persone hanno contribuito in modo fondamentale allo sviluppo dei moduli di questa formazione e della guida relativa: coloro che appartengono ai gruppi target, che hanno condiviso con noi, durante diversi focus group, il loro punto di vista e la loro esperienza; gli educatori e ricercatori delle diverse istituzioni partner; gli explainer che hanno seguito la formazione e hanno condiviso la loro esperienza con i colleghi e ci hanno spinto al miglioramento grazie ai loro feedback, suggerimenti e osservazioni; gli studenti e i tirocinanti che hanno supportato l'organizzazione dei corsi di formazione e degli eventi di disseminazione del Progetto presso ciascuna istituzione.

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Deutsches Museum, Museumsinsel 1, 80538 Monaco di Baviera, Germania

Agosto 2022



INTRODUZIONE

Tutti i musei sono visitati da persone anziane o con un background migratorio, ma non sono molti i musei che sono consapevoli degli aspetti da tenere in considerazione per agevolare questi visitatori. Nell'ambito del progetto ITEMS abbiamo ideato un workshop diviso in quattro moduli che aiuterà gli operatori museali a migliorare e potenziare la loro interazione con gli anziani e le persone con un background migratorio.

Per preparare questo workshop, ci siamo confrontati con i gruppi interessati e abbiamo esaminato e analizzato ciò che altri musei e science center hanno già fatto o scoperto. Abbiamo scoperto che non è molto utile pensare ai nostri visitatori secondo classificazioni generali, poiché sono tutti molto diversi tra loro. Vogliamo invece che gli operatori evitino gli stereotipi e pensino, o si informino, direttamente sulle esigenze speciali di tutti i visitatori. È importante che tutti si sentano al sicuro, benvenuti e ascoltati durante una visita al museo, perché i musei dovrebbero essere luoghi per tutti.

Partendo da questo presupposto, abbiamo progettato una formazione che si basa sull'individuo piuttosto che su gruppi specifici. La formazione è strutturata in quattro parti, che si basano l'una sull'altra: (1) Il bisogno di inclusione, (2) Le differenze culturali, (3) L'accoglienza e la formazione alla conversazione e all'interazione con il pubblico e (4) La rilevanza per i diversi stakeholder.

Il training è disponibile in una versione in presenza, da erogare in una situazione di 'faccia a faccia' agli explainer di musei e di centri scientifici, nonché in una versione online, la cui necessità è emersa nella situazione di pandemia che abbiamo affrontato durante i mesi del progetto, e che si è infine rivelata utile in qualsiasi situazione si renda necessaria la formazione a distanza (ad esempio se il formatore si trova all'estero o se gli explainer di un museo/science centre si trovano in luoghi diversi). Entrambe le versioni del training sono accompagnate dalla guida, che contiene le informazioni di base necessarie per preparare e gestire la formazione. La risorsa introduce in primo luogo le ragioni della progettazione del workshop si focalizza sul tentativo di coinvolgere maggiormente anziani e persone con un background migratorio. Nel capitolo 2 vengono raccolti i risultati dei nostri studi e dei programmi progettati e ideati da altre istituzioni. I capitoli 3-5 descrivono il training e il suo disegno, gli adattamenti che si sono resi necessari e le lezioni apprese durante il percorso. Il sistema di valutazione e l'analisi comparata di alcuni risultati emersi si trovano nel capitolo 6. L'ultimo capitolo contiene la descrizione dei partner, mentre nell'appendice sono elencate tutte le risorse rilevanti.

La guida e i moduli del training sono concepiti come due risorse diverse ma integrate, con la guida che fornisce il background necessario per implementare la formazione e i moduli del training che contengono tutto il materiale per gestire la formazione. Entrambe le versioni del training, sia offline che online, sono condivise in formato PDF e in versione MS-WORD, per consentirvi di modificare e adattare la formazione alle vostre esigenze. Sentitevi liberi di usarli, modificarli e adattarli per farli funzionare nella vostra specifica situazione di training.

Per qualsiasi domanda, non esitate a contattare il team ITEMS del vostro Paese o il coordinatore del progetto presso il Deutsche Museum di Monaco, in Germania.



CONTENUTO

MODULO 1 – IL BISOGNO DI INCLUSIONE	5
Arrivo e introduzione	7
Contesto del training	8
Fotolinguaggio	12
Un passo avanti	17
Definizione dei target group	22
Cambiamento sistemico	26
Ostacoli	29
Accessibilità e rilevanza	33
Conclusione	36
MODULO 2 - UNA CULTURA DIVERSA DALLA PROPRIA	38
Arrivo e benvenuto - SMS	38
La cultura Albatros – (mis)interpretazione di una cultura diversa	40
World Value Survey	42
Migranti e anziani: perché visitano i musei?	46
Le <i>persona</i> : focus sui bisogni	49
Conclusione	52
MODULO 3 – ACCOGLIERE E PARLARE	54
Arrivo e benvenuto	54
Tagliare gli angoli	55
Bingo	57
Facile da comprendere	61
Allenare il modo di parlare	62
Conclusione	70
MODULO 4 - RILEVANZA	72
Elevator Pitch	72
Mappa concettuale sulla rilevanza	74
La “Rilevanza” in pratica	80
Abbina gli angoli alle <i>persona</i>	83
Le caratteristiche della facilitazione inclusiva e il ruolo degli explainer	88
Conclusione	91

MODULO 1 – IL BISOGNO DI INCLUSIONE

OBIETTIVO DEL MODULO

Il Modulo 1 sensibilizza sulla necessità dell'inclusione nei musei e nei centri scientifici. Chiarisce i concetti chiave legati all'inclusione, i gruppi target e le barriere che li escludono. Viene chiarito il ruolo degli explainer scientifici nel contesto di questo approccio inclusivo.

SVOLGIMENTO

Arrivo e introduzione	15 minuti
Contesto del training	10 minuti
Fotolinguaggio	30 minuti
Un passo avanti	55 minuti
Definizione dei target group	20 minuti
Pausa	20 minuti
Ostacoli	25 minuti
Cambiamento sistemico	35 minuti
Accessibilità e rilevanza	15 minuti
Conclusione	10 minuti

CONSIGLI GENERALI PER LA FACILITAZIONE

- Lasciate spazio alle domande e all'interazione: è più importante innescare una discussione vivace che seguire rigorosamente il programma. Cercate di essere flessibili, senza perdere l'obiettivo generale della formazione.
- Promuovete e agevolate la partecipazione attiva.
- La formazione dovrebbe essere un momento formativo divertente.
- Siate consapevoli che alcuni contenuti possono essere emotivamente forti e personalmente coinvolgenti e che, in tal caso, dovrete dare ad alcuni partecipanti la possibilità di ritirarsi, se necessario.
- Verificate sempre se siete stati capiti.
- Rispettate le esigenze e le motivazioni individuali nel gruppo. Sentitevi liberi di modificare la formazione in base a questi aspetti.
- Mettete in relazione i singoli contenuti formativi con la realtà lavorativa dei partecipanti e capite insieme perché sono rilevanti per il loro lavoro di explainer.
- Create un circuito virtuoso di feedback formatore-partecipanti.
- Cercate di comunicare in modo chiaro e facilmente comprensibile.
- Date tempo e spazio alle domande

- Cercate di comprendere il vostro ruolo di facilitatori nel contesto di una pratica inclusiva, nella stessa misura in cui state chiedendo agli explainer di farlo.
- Cercate di mettere in pratica i principi della facilitazione inclusiva proposti durante la formazione e applicateli alla formazione che state facilitando.

Per altri suggerimenti per facilitare le conversazioni, come questi ispirati dal Center for Advancement of Informal Science Education: Guida alle conversazioni. (material pack)

- Descrivete chiaramente l'obiettivo della conversazione, in modo che i partecipanti capiscano quali sono le finalità della discussione.
- Cercate di creare un ambiente accogliente, in cui gli individui si sentano sicuri, a proprio agio e apprezzati come collaboratori e discenti. Potreste sottolineare, ad esempio, che non esistono risposte giuste o sbagliate e che tutte le idee e i punti di vista sono importanti.
- Incoraggiate tutti a parlare e trovate il modo di far contribuire tutti i partecipanti con le loro idee e prospettive. Ad esempio, introducete una domanda e chiedete a tutti di annotare le proprie idee su dei post-it per cinque minuti e poi di condividerle con il gruppo. Provate a discutere in coppia per cinque-dieci minuti e poi condividete in una discussione di gruppo più ampia. Fate una pausa e incoraggiate coloro che non hanno ancora parlato a proporre le loro idee.
- Date alle persone il tempo di pensare dopo aver posto una domanda o mentre le persone sviluppano le idee degli altri. Siate a vostro agio con il silenzio.
- Utilizzate spunti, chiedete un feedback e incoraggiate gli altri a contribuire e a costruire sulle idee degli altri.
- Stabilite un processo che rispetti le differenze e incoraggi la comunicazione. Ad esempio, potreste chiedere altri punti di vista su un argomento.

DOTAZIONE COMPLESSIVA

La formazione si svolge tramite un sistema di videoconferenza che offre condivisione dello schermo, breakout rooms e chat (ad esempio, Zoom, Teams, Skype etc ...). Il formatore gestirà una lavagna digitale collaborativa (ad es. Miro, Mural, Klaxoon, ...).

Prima dell'inizio della formazione, i partecipanti e i formatori devono assicurarsi di avere installato e aggiornato l'ultima versione del software di videoconferenza. Dovrebbero verificare in anticipo se le condizioni di illuminazione e audio sono buone per garantire una buona visibilità e comprensione. Inoltre, devono verificare che la telecamera e il microfono siano compatibili con il software di videoconferenza scelto.

Per l'implementazione del training online, i partecipanti e i formatori necessitano di:

- Link di invito al meeting online
- Laptop/computer con webcam, microfono e altoparlanti (o auricolari)
- Buona connessione a Internet
- Penne
- Acqua e bicchieri
- Un tappo per vino
- Testo stampato, ad esempio una poesia

- Eventualmente: indirizzo e-mail per creare un account per la lavagna digitale collaborativa (es. miro.com)

Un'adeguata comunicazione prima dell'inizio della formazione dovrebbe garantire che tutti siano ben preparati. Se i partecipanti non sono abituati a fare formazione online, si consiglia di avere un secondo formatore almeno durante le prime ore per aiutare a risolvere i problemi tecnici. Inoltre, una sessione di test qualche giorno prima della prima formazione potrebbe essere utile per iniziare senza rallentamenti.

Il formatore deve assicurarsi che il software e la lavagna digitale collaborativa funzionino bene e siano adeguati ai partecipanti. Se i formatori o i partecipanti avessero difficoltà o riscontrassero problemi tecnici, la formazione potrebbe esserne compromessa. Assistere per ore a una sessione con una qualità audio e/o video scadente è estremamente faticoso. Soprattutto, la collaborazione e lo scambio tra i partecipanti sono sempre un po' limitati negli ambienti virtuali, ma un sistema scadente peggiorerebbe notevolmente la situazione.

Arrivo e introduzione

DURATA

15 minuti

MATERIALI

Presentazione (facoltativa)

OBIETTIVO

I partecipanti vengono orientati dal formatore sull'argomento generale della formazione, sul contesto della formazione e sugli accordi di comunicazione.

DESCRIZIONE

Presentazione del formatore

Introduzione allo scopo della formazione

Introduzione al contesto di questa formazione

Nel caso in cui i partecipanti non si conoscono, il gruppo si conosce e si presenta.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

In questo punto del training è meglio non fornire informazioni dettagliate sul contenuto della formazione. Non vengono ancora condivise definizioni.

Presentatevi in modo personale o comunicate il vostro approccio personale all'argomento. Perché è importante per voi? Avete una storia da condividere che illustri il vostro approccio all'argomento? Questo potrebbe contribuire a creare uno spazio aperto e accogliente in cui tutti possono aprirsi, sentirsi sicuri e impegnarsi. (Si veda l'articolo sulla sicurezza psicologica nelle dinamiche di gruppo: "What Google Learned From Its Quest to Build the Perfect Team¹ - The New York Times").

Introducete anche il motivo per cui ritenete che questa formazione sia necessaria, in particolare nella vostra istituzione.

Se i partecipanti si presentano da soli, utilizzate un'attività di icebreaking o proponete loro di presentarsi durante l'attività di fotolinguaggio.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

I musei sono istituzioni fatte da e per la società. La possibilità di partecipare alla vita sociale è un diritto umano dichiarato per tutti. Involontariamente, i nostri musei escludono diversi visitatori, tra cui anziani e i migranti.

I musei, così come i centri scientifici, dovrebbero introdurre pratiche eque e inclusive.

Per essere rilevanti per la società, i centri scientifici o i musei non possono più rivolgersi a solo un gruppo molto specifico e limitato di persone. Queste istituzioni devono aprirsi a tutti e diventare accessibili a tutti i livelli - e questo significa non solo il livello fisico, ma anche quello psicosociale e cognitivo, come sarà evidente in questa formazione. Questo è ciò che intendiamo per "museo per tutti".

In questa formazione, gli explainer verranno introdotti ad una serie di approcci, strumenti e background teorici per essere in grado di implementare una facilitazione inclusiva, specialmente per i migranti e i visitatori anziani. È evidente che questo approccio può essere facilmente trasferito a molte altre minoranze e gruppi esclusi e come, più generalmente, una facilitazione inclusiva possa andare a vantaggio di tutti i visitatori.

Contesto del training

DURATA

10 minuti

¹ <https://www.nytimes.com/2016/02/28/magazine/what-google-learned-from-its-quest-to-build-the-perfect-team.html>

MATERIALI

- Presentazione con segnali manuali (opzionale)
- Lavagna online con le relative diapositive e grafici preparati

OBIETTIVO

I partecipanti vengono orientati sulle modalità di implementazione della formazione per quanto riguarda tempi, luoghi, il loro contributo e le modalità condivise di partecipazione.

DESCRIZIONE

Vengono fornite indicazioni su tempi e luoghi della formazione.

I partecipanti vengono orientati rispetto al contributo che ci aspetta da loro durante la formazione.

Vengono stabiliti accordi di comunicazione, da mantenere durante la formazione.

Viene chiarito cosa si può e cosa non si può fare, nel contesto di una collaborazione efficace nel corso della formazione.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Le domande dei partecipanti devono essere rispettate e devono trovare risposta.

Per fare in modo che il contributo dei partecipanti sia reale, cercate di definire insieme il quadro delle cose da fare e da non fare e gli accordi di comunicazione. Si potrebbero definire insieme ai partecipanti alcuni aspetti della cornice del training, rispetto ai tempi e ai luoghi, come per le pause.

Questa parte è il "momento di benvenuto" della formazione. Considerate quegli aspetti per un benvenuto efficace che saranno oggetto della formazione (cfr. Modulo 3) e implementateli in questo passaggio cruciale.

Date alle persone il tempo di pensare dopo aver posto una domanda. Siate a vostro agio con il silenzio.

Raccogliete tutte le convenzioni e le regole stabilite in modo visibile per tutti (utilizzando una lavagna, ecc.)

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Il formatore fornisce informazioni su:

Tempo

- Durata della formazione
- Svolgimento
- Accordi sulle pause
- Accordi sulla puntualità

Utilizzo degli strumenti digitali

- Quali strumenti digitali saranno utilizzati (software di videoconferenza, lavagna digitale)?

- Verificate se i partecipanti li hanno già utilizzati; in caso contrario, programmate un momento per accompagnarli nei primi esercizi.
- Se si utilizza la lavagna Miro: date ai partecipanti l'accesso alla lavagna online copiando il link e la password della lavagna nella chat. Tramite il link, i partecipanti accederanno alla pagina principale (potrebbero dover accedere con l'indirizzo e-mail che hanno preparato e una nuova password che dovranno creare). Altre tipologie di lavagne digitali funzionano in maniera analoga.

Contributo

- Quale sarà il contributo o il ruolo del formatore in questa formazione?
- Che tipo di contributo ci si aspetta dai partecipanti?
- Ci sono vincoli o necessità da parte dei partecipanti? (ad esempio, una chiamata importante da fare, lasciare il training prima, per prendere il treno, problemi di accessibilità dello spazio, difficoltà linguistiche...).

Il formatore introduce il training:

"Il training consiste in una serie di attività in cui sarete coinvolti attivamente. Si tratta di esperienze che saranno alla base della discussione e della riflessione approfondite sugli argomenti trattati. Per questo motivo vi viene chiesto di condividere il vostro punto di vista e le vostre conoscenze. Nelle nostre discussioni non ci saranno risposte giuste o sbagliate e le vostre idee e prospettive sono importanti. Vi verranno dati anche alcuni input unidirezionali, ma il loro ruolo è minore; perciò, la vostra partecipazione e il vostro contributo determineranno in larga parte il successo di questa formazione. Questo perché il training si basa sull'idea che ciò che si apprende in maniera esperienziale ha un effetto più duraturo e una maggiore efficacia.

Potete interrompere, porre domande e avviare discussioni sull'argomento durante tutto il tempo. Sarà mia cura rimanere in linea con i tempi. Pertanto, potrei decidere di rimandare alcune domande o discussioni al momento in cui meglio si inseriscono nella formazione".

Accordi sulla comunicazione

Quale modalità verrà utilizzata? (per regolare domande, interruzioni, interventi etc...)

Un esempio potrebbe essere con i gesti², introducendo alcuni segni. per dare ai partecipanti la possibilità di esprimersi. I gesti sono segnali o forme concordate che le persone fanno con le mani per comunicare in modo non verbale (ad esempio, "voglio parlare", "sono d'accordo", "non capisco", ecc.)

Con l'aiuto del pdf <https://www.seedsforchange.org.uk/handsig.pdf> si scelgono e si definiscono in modo collaborativo i gesti che possono essere utilizzati per questa particolare formazione.

² <https://www.seedsforchange.org.uk/handsig.pdf>

Il moderatore lascia la chat sempre aperta. Chi vuole intervenire può usare i simboli nella chat: I partecipanti inseriscono il simbolo stabilito e il loro nome nella chat.

*	Voglio contribuire alla discussione
###	'Sono d'accordo' o 'Sembra buono'.
** Nome	"Risposta diretta
L	Lingua (chiarimento)
T	Punto tecnico (informazioni fattuali urgenti)

Il formatore può scrivere l'elenco dei simboli e il loro significato nella chat, così che i partecipanti le abbiano sempre a disposizione e possano consultarle al bisogno.

Webcam e microfono

Il formatore è l'host del software di videoconferenza. Chiede ai partecipanti di accendere le webcam durante l'intera formazione e di spegnere i microfoni quando non parlano. È utile accendere le webcam per creare un'atmosfera di fiducia, sicurezza e apertura e per leggere i segni della comunicazione non verbale, attraverso l'espressione del viso o la postura del corpo. Poiché l'efficacia di questa formazione si basa sull'esperienza e sulla discussione, sarà necessario "entrare in contatto" con gli altri il più possibile nel mezzo virtuale. I microfoni dovrebbero essere accesi solo quando i partecipanti parlano, per evitare riverberi audio o rumori di background.

Il formatore chiede se ci sono ulteriori suggerimenti per gli accordi di comunicazione o domande a questo punto.

Cosa fare e non fare durante il training

Ci sono altri accordi che il gruppo vuole stabilire?

Il formatore chiede ai partecipanti quali siano, secondo loro, le regole da seguire durante la formazione. Per fornire un contesto sicuro, sarà necessario insistere sulle regole che consentono a tutti di esprimersi senza giudizio. L'attività si può concludere verificando che queste regole siano accettate, scrivendole su una lavagna a fogli mobili e attendendo che tutti i partecipanti siano d'accordo con un segnale di approvazione.

Idee per le cose da fare e da non fare in collaborazione:

- Riservatezza
- Dare valore all'apertura
- L'umorismo è ben accetto, ma è necessario rispettare i limiti dell'umorismo offensivo.
- Rispettare le opinioni
- ecc.

Fotolinguaggio

DURATA

30 minuti

MATERIALI

Set di immagini sulla lavagna online

OBIETTIVO

I partecipanti sono in grado di definire il termine 'inclusione' e di distinguerlo da termini quali 'integrazione', 'esclusione' e 'uguaglianza'.

DESCRIZIONE

Una serie di 25 foto viene distribuita sulla lavagna digitale. Ogni partecipante sceglie un'immagine e, uno dopo l'altro, dà la propria definizione di inclusione sulla base di essa. Il formatore aggiunge parole chiave su post-it virtuali durante le spiegazioni delle scelte.

(Il formatore dedica qualche minuto a spiegare ai partecipanti come spostare le immagini con il drag and drop).



I partecipanti possono trascinare e rilasciare un'immagine tra quelle selezionate.

Definizione: Dopo che tutti hanno espresso il loro commento, il formatore riassume per trovare una definizione condivisa di ciò che inclusione e equità significano nel contesto della formazione. Il formatore definisce i termini prima in base alle idee dei partecipanti, poi può utilizzare le illustrazioni riportate sotto.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

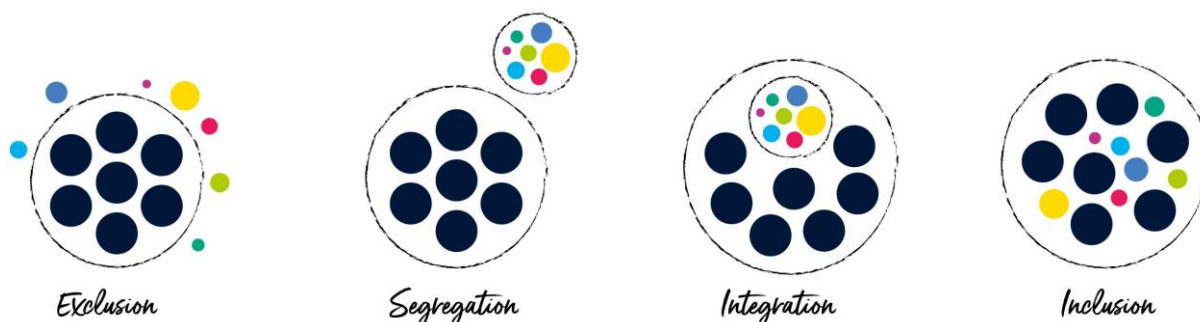
Non dedicate troppo tempo all'attività di associazione immagine-concetto. Insistete sul fatto che ognuno usi una sola frase ed incoraggiate tutti a parlare. Se possibile, nel definire i termini fate riferimento alle associazioni di una frase dei partecipanti.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Scegliete un'immagine e spiegate in una frase perché questa evoca per voi l'inclusione e perché la associate a questo concetto".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Inclusione, integrazione, segregazione, esclusione³



L'inclusione (Inclusion) è un processo attivo, costruito da un'intera società, finalizzato a creare le condizioni ideali per la socializzazione, il lavoro e altre attività in un Paese o nella società stessa. L'inclusione è una responsabilità di tutti, soprattutto delle istituzioni.

→ La società deve offrire buone condizioni di inclusione per tutti, tenendo conto delle loro esigenze. Non si tratta di un'aspettativa di adattamento a senso unico.

Inclusione nei musei scientifici: l'inclusione implica un processo di riforma sistemica che comprende cambiamenti e modifiche nei metodi educativi, negli approcci, nelle strutture e nelle strategie educative per superare le barriere, secondo una visione che serve a fornire a tutti i visitatori un'esperienza e un ambiente equo e partecipativo che corrisponda al meglio alle loro esigenze e preferenze.

³ Sintesi da "A Summary of the Evidence on Inclusive Education" creato da Abt Associates, che include le definizioni del Comitato delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità - Commento generale n. 4. https://alana.org.br/wp-content/uploads/2016/12/A_Summary_of_the_evidence_on_inclusive_education.pdf

L'integrazione (Integration) deve essere intesa come un processo di inserimento delle persone nelle istituzioni tradizionali esistenti, a condizione che le prime siano in grado di adattarsi ai requisiti standardizzati di tali istituzioni. Le critiche al concetto di integrazione si concentrano sulla polarizzazione "noi-voi" ad esso associata, sulla mancata considerazione delle disuguaglianze strutturali, sulla discriminazione strutturale e sul fatto che la "non integrazione" è vista come un fallimento soggettivo di chi deve essere integrato e non (anche) come un fallimento della società.

L'individuo o il gruppo sociale da integrare si contrappone alla società maggioritaria che viene presentata come omogenea. Il concetto di integrazione contiene quindi l'idea di una norma pre-esistente.

Un altro problema è che il termine integrazione è di solito utilizzato in modo deficitario e la sua attuazione nella pratica è solitamente caratterizzata dall'**introduzione di "misure speciali"**.⁴ → La persona da integrare deve adattarsi.

La segregazione (segregation) si verifica quando il lavoro, l'istruzione o le attività per le persone con determinate caratteristiche sono forniti in ambienti separati (verosimilmente progettati o utilizzati per rispondere a una particolare o a diverse menomazioni), in isolamento dalle altre persone.

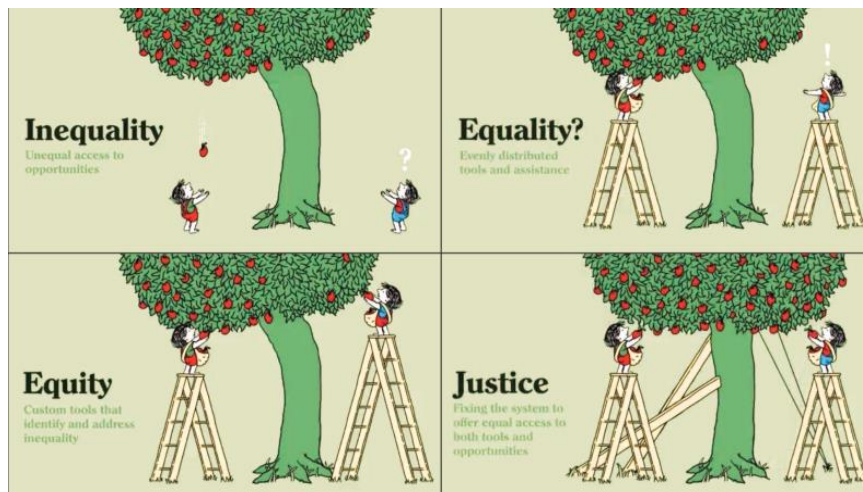
L'assimilazione (culturale) è il processo attraverso il quale un gruppo minoritario si adatta gradualmente ai costumi e agli atteggiamenti della cultura e delle abitudini prevalenti.⁵

L'esclusione sociale descrive la condizione in cui gli individui non sono in grado di partecipare pienamente alla vita economica, sociale, politica e culturale, e il processo che porta a e mantiene invariata questa condizione. L'emarginazione di una parte degli individui in una società, dovuta a diversi fattori e criteri sociali che li differenziano dal resto della popolazione, porta al mancato rispetto dei diritti sociali fondamentali.

⁴ After: Fact Sheet Begriffserklärung Integration und Inklusion of the Deutscher Caritasverband e.V., 2018; https://dbk.de/fileadmin/redaktion/microsites/fluechtlingshilfe/Caritas_Factsheet_Begriffsklaerung_Integration_Inklusion.pdf<https://en.wikipedia.org/wiki/Assimilation>

⁵ <https://en.wikipedia.org/wiki/Assimilation>

Iniquità, uguaglianza, equità e giustizia⁶



Tony Ruth⁷

Esistono tre approcci principali per affrontare e combattere la disuguaglianza: uguaglianza, equità e giustizia.

Equità (equity) significa correttezza nel dare alle persone livelli di sostegno forse diseguali, ma proporzionati, in base al loro livello iniziale. Ne consegue che l'uguaglianza viene minata quando non si tiene conto delle esigenze di una persona o di un gruppo.

In questo caso: gli explainer dovrebbero tenere conto delle esigenze e delle motivazioni dei migranti e degli anziani quando interagiscono con loro.

L'equità ci impone di riconoscere che, in base alla varietà di esperienze vissute, all'intersezionalità e ai vantaggi, le persone nelle nostre comunità si trovano ad affrontare diverse forme di esclusione. Pertanto, le soluzioni che mettiamo in atto devono essere personalizzate per rispondere alle esigenze specifiche di ogni individuo o comunità. Nella vignetta, questo concetto viene rappresentato come il fornire a ogni persona una scala di dimensioni adeguate. Le soluzioni di equità richiedono più tempo per essere implementate, perché è necessario fare ricerche di base su ogni gruppo sottorappresentato nella comunità. Inoltre, la creazione di strumenti e risorse personalizzate può essere onerosa in termini di tempo e costi. Tuttavia, si tratta di un modo efficace per garantire il superamento delle barriere specifiche che i gruppi sottorappresentati devono affrontare per accedere o partecipare alle attività.

Si parla di uguaglianza (equality) quando si affronta la disuguaglianza assicurandosi che tutti abbiano gli stessi strumenti e le stesse risorse per avere successo. Nell'immagine, questo viene mostrato come una scala della stessa altezza per entrambe le persone.

Le soluzioni per l'uguaglianza spesso utilizzano un approccio "a taglia unica" che le rende meno costose o più veloci da implementare. Gli approcci di uguaglianza funzionano bene quando tutti possono beneficiare dello stesso strumento o servizio. Tuttavia, come mostrato nella vignetta, l'uguaglianza non

⁶ Organo EFCL: Sostenere le comunità inclusive. Modulo 4: Parità, equità e giustizia

⁷ Vignetta basata su Giving Tree di Shel Silverstein per Design in Tech Report 2019 di John Maeda (https://www.researchgate.net/figure/Equality-Equity-and-Justice-Source-Tony-Ruth-from-Maeda-2019_fig2_354087577 - CC BY-NC-SA 4.0)

sempre consente di superare le barriere specifiche che una persona deve affrontare; pertanto, a volte queste soluzioni possono essere rese inutili.

Le soluzioni orientate alla giustizia (justice) sono necessarie quando la causa principale della disuguaglianza risiede nei sistemi o nelle funzioni della società. La giustizia ci impone di pensare sistemicamente a come le norme e i modi di fare attuali della società creino disuguaglianze. Nella vignetta, l'albero inclinato è ciò che crea disuguaglianza e, creando soluzioni per risolverlo, la disuguaglianza non è più un problema. Le soluzioni orientate alla giustizia richiedono tempo per essere attuate e possono essere più costose, poiché richiedono cambiamenti sistemici; tuttavia, le cause della disuguaglianza vengono completamente eliminate, rendendo un'esperienza più accessibile e giusta per tutti.

Esclusione

L'esclusione (exclusion) è sistemica. Si verifica quando alle persone viene impedito o negato, direttamente o indirettamente, l'accesso all'istruzione, al lavoro, alle attività, ai luoghi, ecc.



Dimensioni e fattori di esclusione sociale⁸.

Nel diagramma sopra, vengono illustrati tre tipi di esclusione all'interno della società nel suo complesso, nonché la loro interrelazione con dinamiche e contesti quali le capacità umane (human capabilities), le vulnerabilità personali che si incontrano nel corso della vita (life course vulnerabilities), le questioni di governance, le politiche pubbliche e le istituzioni che le sostengono (public policies and institutions), le norme (legal norms and rights) e le pratiche informali (informal norms and practices) presenti all'interno di qualsiasi comunità o società.

L'esclusione è specifica del contesto e varia di grado. Ci possono essere ragioni economiche: non avere le risorse finanziarie per accedere all'istruzione, all'assistenza sanitaria o per visitare un museo.

⁸ B. Babajanian & J. Hagen-Zanker: Social protection and social exclusion: an analytical framework to assess the links; <https://cdn.odi.org/media/documents/7864.pdf>

Può anche essere sociale: quando si appartiene a un gruppo minoritario per il quale le norme sociali dominanti provengono da una comunità diversa dalla propria, ciò determina il modo in cui ci si comporta. Lo si riscontra ad esempio nelle società in cui le persone che si identificano come LGBTQ+ non sono riconosciute e sono attivamente e scoraggiate dall'essere pienamente se stesse.

A volte le pratiche di esclusione sono sottili e non immediatamente evidenti, se non per coloro che ne sono affetti. Potrebbe trattarsi, ad esempio, di una segnaletica pubblica, una mostra o un programma pubblico in cui si presuppone che ci siano solo due generi (maschile-femminile) o che le famiglie siano costituite solo da una madre e un padre con figli. (cf. „What do we mean by exclusion?“⁹)

Discriminazione

La discriminazione è una differenza di trattamento basata su criteri illegittimi o illegali come l'origine, il genere, la morale, l'orientamento sessuale, l'età, lo stato di famiglia, l'appartenenza o meno - reale o presunta - a un gruppo etnico, a una nazione o a una razza, le opinioni politiche, le attività sindacali o religiose, le credenze religiose, l'aspetto fisico o a causa dello stato di salute o di un handicap.

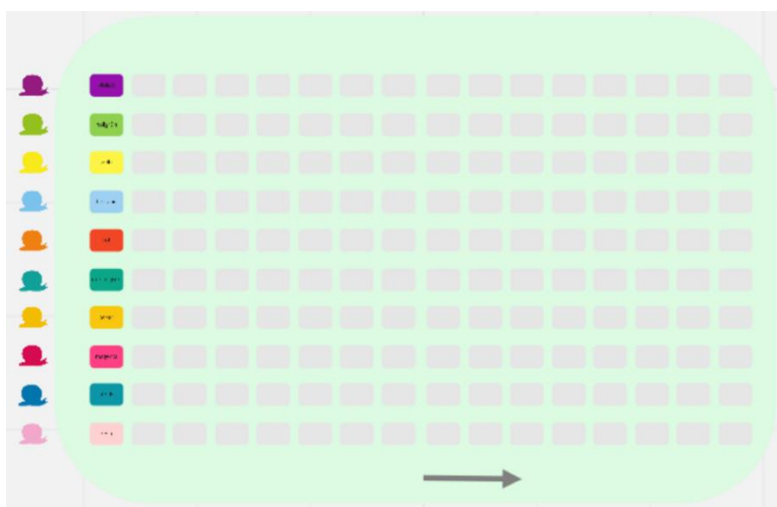
Un passo avanti

DURATA

55 minuti

MATERIALI

- Lavagna online con diapositive relative
- Plancia di gioco con segnaposti virtuali (sotto)



⁹ <https://www.futurelearn.com/info/courses/meaningful-inclusive-museum-practices/0/steps/233704>

OBIETTIVO

I partecipanti sono in grado di riconoscere le cause dell'esclusione di alcuni gruppi nei musei scientifici.

DESCRIZIONE

Ogni partecipante riceve una carta di ruolo (una frase **che descrive l'identità di una persona** inviata individualmente nella chat), e legge la propria senza condividerla con gli altri. È utile prevedere del tempo affinché i partecipanti acquisiscano confidenza con il ruolo che hanno ricevuto. Se qualcuno dovesse sentirsi a disagio con il ruolo assegnato, è previsto che possano cambiarlo.

Il formatore **chiarisce d'ora in avanti** ognuno interpreterà il ruolo assegnato e reagirà in base ad esso alle affermazioni descritte oltre.

Per facilitare l'immedesimazione nel ruolo, si possono porre le seguenti domande, alle quali i partecipanti possono rispondere in silenzio: Quando ti alzi la mattina presto, dove ti trovi? Cosa fai subito dopo esserti alzato? Che cosa ti riserva la giornata? Che progetti hai? Dove devi andare? Chi incontri?

Ciascun partecipante sceglie un segnaposto sulla lavagna digitale.

Prima di iniziare il formatore può precisare alcuni dettagli tecnici, come ad esempio: ingrandire/ridurre, spostarsi nella lavagna e spostare gli elementi.

Il formatore inizia a leggere un elenco di situazioni (vedi sotto). Ogni volta che i partecipanti possono rispondere "sì" a un'affermazione, fanno un passo avanti, muovendo il loro segnaposto sulla plancia di una casella in avanti. In caso contrario, rimangono dove sono.

Il formatore legge le diverse situazioni, una alla volta, fa una pausa tra una frase e l'altra per dare alle persone il tempo di muoversi nella lavagna e osservare il movimento dei segnaposti degli altri partecipanti.

Alla fine, il formatore introduce un debriefing.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Alla fine dell'attività, i partecipanti **non** devono svelare la loro carta di ruolo ai compagni. Ne avranno bisogno per l'attività successiva.

Perché il gioco funzioni, è necessario distribuire almeno 6 ruoli. In caso di gruppo numeroso, lo stesso ruolo può essere distribuito due volte (in tal caso sarà interessante osservare in che modo due partecipanti interpretano lo stesso ruolo).

Nel set di carte di ruolo, sono compresi profili relativi ad anziani, migranti e profili che rispecchiano cittadini con maggiori possibilità di partecipare alla vita della società. Assicuratevi di distribuire le carte di ruolo dei migranti e degli anziani in numero uguale, alla metà dei partecipanti. L'altra metà riceverà la carta di ruolo dei profili più privilegiati. Assicuratevi che nel gioco siano presenti le carte di ruolo di anziani e migranti che corrispondono ai pacchetti di ispirazione delle *personas* del Modulo 2.

Durante il debriefing, invitate i partecipanti ad esprimere i reali sentimenti che hanno provato durante il gioco. Si può anche discutere del rischio di basarsi sugli stereotipi per costruire il proprio ruolo.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO¹⁰

Attività

"Leggete la vostra carta di ruolo in silenzio e cercate di farvi un'idea del personaggio".

"Leggerò un elenco di situazioni o eventi. Ogni volta che pensate che il vostro personaggio possa rispondere 'sì' a un'affermazione, dovete fare un passo avanti. Altrimenti, dovrete rimanere dove siete e non muovervi".

"L'attività è finita. Ora faremo un debriefing; potete uscire dal vostro ruolo".

Debriefing

Cosa si prova a fare un passo avanti o a rimanere indietro?

Qualcuno non è riuscito nemmeno a fare un passo?

Chi è riuscito a farsi avanti si è reso conto di essere in parte solo? Come si sono sentiti quelli che erano in mezzo al gruppo che è avanzato di più? Come si sono sentiti coloro che erano all'esterno del gruppo? Chi si è sentito particolarmente svantaggiato?

Cosa ha impedito di fare un passo avanti?

Quali problemi strutturali o sociali vedete?

Quali sono i vostri rispettivi ruoli?

Quanto è stato facile o difficile immedesimarsi nel ruolo e rispondere alle domande? Come avete creato l'identità del personaggio?

Avete sperimentato (personalmente) una di queste forme di esclusione?¹¹

Elenco delle situazioni

L'elenco che segue presenta le situazioni che il formatore leggerà ai partecipanti, per lo svolgimento dell'attività.

Situazione di vita quotidiana

- Sentite che la vostra lingua, religione e cultura sono rispettate nella società in cui vivete.
- Sentite che le vostre competenze sono apprezzate e rispettate nella società in cui vivete.
- Potete andare in vacanza una volta all'anno.
- Siete positivi sul vostro futuro.
- Potete usare una connessione internet.

¹⁰ <https://divedu.eduskills.plus/methods/social%2F02>

¹¹ <https://www.futurelearn.com/courses/meaningful-inclusive-museum-practices/1/steps/1168395>

Situazione di ingaggio e coinvolgimento scientifico¹²

- Conoscete i musei.
- Conoscete i centri scientifici.
- Avete accesso a informazioni di base su attività e laboratori offerti vicino a dove vivete o nei luoghi che frequentate ogni giorno.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un'attività di comunicazione scientifica, la visita e le attività sono adattate alla vostra mobilità.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un'attività di comunicazione scientifica, comprendete il linguaggio e le parole utilizzate nelle attività proposte.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un'attività di comunicazione scientifica, siete certi di vedere persone della vostra razza/etnia.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un'attività di comunicazione scientifica, siete certi di vedere persone che appartengono al vostro background socio-economico.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un'attività di comunicazione scientifica, siete certi che le conoscenze delle persone appartenenti alla vostra classe sociale saranno rappresentate positivamente.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un workshop, siete sicuri che il personale rappresenti la vostra razza o classe sociale.
- Quando visitate un science centre o partecipate a un'attività scientifica, si può avere un punto di vista critico senza pensare che sia "un problema di cultura o di integrazione".
- Prima di lasciare un science centre, potete acquistare qualcosa nello shop del museo e/o potete permettervi un caffè o un panino all'uscita.
- Quando visitate un science centre siete in grado di comprendere i testi e i cartelli.
- Quando visitate un science centre, il livello di conoscenza delle spiegazioni corrisponde al vostro.
- Quando visitate un science centre sapete come guardare, interagire o utilizzare gli oggetti esposti.
- Quando visitate un science centre sapete come orientarvi nel luogo.
- Quando visitate un science centre potete muovervi e/o riposare in base alla vostra mobilità.
- Quando visitate un science centre, i contenuti vengono presentati in modo da essere rilevanti per voi.
- Quando partecipate a un'attività di un science centre, il ritmo è adatto alle vostre esigenze.
- Un science centre è un luogo che fa per voi.
- Pensate che ciò che si trova all'interno di un science centre sia rilevante per voi.

¹² A seconda della vostra istituzione, scegliete il termine "museo" o "centro scientifico".

Carte di ruolo (da inviare via chat una a ciascun partecipante)

Anziani

Sei una signora di 96 anni che ama i cruciverba ed è leggermente ipovedente.

Sei un 82enne sportivo, sopravvissuto al cancro alla prostata e devoto alla chiesa.

Sei uno scrittore di 60 anni che vive una vita indipendente.

Sei un accademico di 70 anni ex spacciatore.

Migranti

Sei una matrigna di 50 anni, arrivata dalla Turchia quando avevi 18 anni.

Sei una giovane madre musulmana disoccupata proveniente dalla Siria.

Sei un migrante di 30 anni proveniente dal Kenya e lavori come autista.

Sei un rifugiato di 18 anni proveniente dall'Afghanistan la cui pratica di asilo è ancora in sospeso.

Profili privilegiati

Sei il figlio diciannovenne di un'attrice.

Sei un laureato disoccupato in attesa della prima opportunità di lavoro.

Sei un'infermiera di 22 anni.

Sei una madre single.

Sei il figlio diciannovenne di un
di un contadino in un villaggio
sperduto tra le montagne.

Sei un insegnante universitario di
42 anni.

Sei una bambina di 6 anni
della periferia della città.

Sei un 36enne
musicista a tempo pieno.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Nel gioco 'Un passo avanti' la disuguaglianza tra i gruppi target e i profili che rappresentano cittadini con maggiori possibilità di partecipare alla vita della società diventa evidente. Diventa tangibile che il diritto umano fondamentale all'uguaglianza e alle pari opportunità di partecipazione non è naturalmente garantito per tutti, anche nei science centre e nei musei.

In questo senso, la definizione di "equità" in contrapposizione a "uguaglianza" è la chiave per capire cosa succede se non si tiene conto delle esigenze dei gruppi target, ed è questa la ragione per cui i musei e i science centre dovrebbero introdurre pratiche di equità e di inclusione.

Definizione dei target group

DURATA

20 minuti

MATERIALI

- Illustrazioni e parole chiave per definire i gruppi target
- Spazio sulla lavagna digitale con post-it virtuali per il brainstorming

OBIETTIVO

I partecipanti acquisiscono consapevolezza sui i gruppi target su cui si concentra la formazione e sulla loro eterogeneità.

DESCRIZIONE

Il formatore definisce i gruppi target e chiarisce quali sono le demarcazioni da considerare, nell'identificare i destinatari finali (visitatori) di questo progetto.

Vengono discussi l'eterogeneità e i punti in comune di questi gruppi.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Sottolineate l'eterogeneità dei gruppi.

Durante il brainstorming, siate aperti ad accogliere gli input (anche inaspettati) dei partecipanti, soprattutto rispetto a ciò che i migranti e gli anziani hanno in comune.

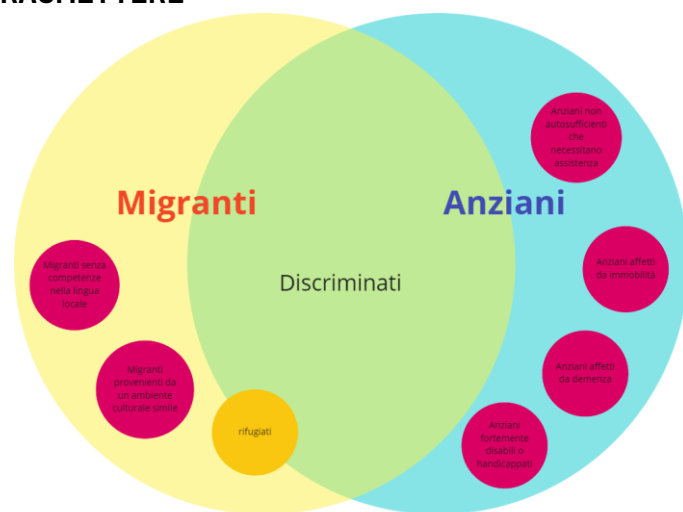
ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Dopo aver presentato i contenuti (si veda sotto), il formatore media il brainstorming.

"Queste definizioni corrispondono a ciò che avete immaginato?"

"Cosa hanno in comune gli anziani e i migranti?"

CONTENUTO DA TRASMETTERE



● = demarcazioni. In questo training non vengono considerate esplicitamente le persone in queste condizioni.

Alcuni dei ruoli interpretati nel gioco 'Un passo avanti' sono stati input per introdurre alcuni profili di anziani e migranti che verranno considerati in questa formazione. Per la sua efficacia, si è deciso di concentrarsi su gruppo di (potenziali) visitatori che comprendono un sottogruppo di anziani e migranti. Tuttavia, gli "anziani" e i "migranti" in questione sono di per sé un insieme molto eterogeneo di persone, con esigenze molto diverse.

Questa parte della formazione mira a chiarire in breve le caratteristiche principali dei destinatari finali del progetto. Si discute di quanto siano diversi tra loro e di cosa condividano.

Le caratteristiche demografiche forniscono un **primo criterio per l'identificazione dei gruppi target**, ma nessuna informazione – ad esempio – su come raggiungere questo gruppo. A tal fine, è necessario formare ulteriori cluster in base ad altri aspetti, che saranno trattati in modo più dettagliato nel Modulo 2.

Caratteristiche demografiche:

Anziani

Chi è un anziano? Non esiste una definizione condivisa universalmente. Nel contesto della formazione, si intende una persona **dell'età uguale o maggiore di 50 anni**, in pensione o con un impiego (solo) part-time.

Tuttavia, essere anziani non è solo legato all'"età cronologica" (ad esempio, avere più di 55, 60, 65 o 70 anni) e al processo biologico dell'invecchiamento. Essere "vecchi" e trattati come "anziani" è anche una costruzione sociale legata a realtà e percezioni sociali sull'età, che cambiano nel tempo e differiscono tra le società europee e non. Gli individui hanno anche percezioni diverse del significato di età a seconda della loro posizione nel continuum della vita, poiché sperimentano nel corso della loro esistenza cosa significa essere "giovani", "di mezza età" o "vecchi".

L'età e l'invecchiamento vengono solitamente discussi e affrontati da quattro prospettive distinte ma interconnesse:

- età cronologica, legata alla data di nascita;
- età biologica, legata a cambiamenti fisici;
- età psicologica, riferita ai cambiamenti mentali e della personalità durante il ciclo di vita;
- età sociale, definita dal cambiamento dei ruoli e delle relazioni di un individuo con l'avanzare dell'età.

Questi quattro aspetti dell'invecchiamento possono svilupparsi a velocità diverse e influenzare in modo diverso le esperienze individuali e le reazioni sociali, alle quali contribuisce anche l'**ambiente** sociale, storico e culturale. Ciò influisce non solo sul modo in cui la società vede gli anziani, ma anche sul modo in cui gli anziani percepiscono se stessi.

Demarcazioni:

In questa formazione non verranno considerati anziani che:

- non possono accedere a un museo o a un science centre a causa di una condizione di immobilità;
- non sono autosufficienti e necessitano di assistenza personale;
- sono fisicamente fortemente compromessi, portatori di handicap e/o disabilità;
- sono affette da demenza.

Migranti

L'**Organizzazione Internazionale per le Migrazioni delle Nazioni Unite (OIM)** definisce migrante qualsiasi persona che si sposta o si è spostata attraverso una frontiera internazionale o all'interno di uno Stato lontano dal suo luogo di residenza abituale, indipendentemente dal suo status giuridico, dal

fatto che lo spostamento sia volontario o involontario, dalle cause dello spostamento o dalla durata del soggiorno.¹³

Questa definizione differisce da quella di rifugiato ovvero cittadini che si trovano al di fuori del loro Paese d'origine per timore di persecuzioni, conflitti, violenza o altre circostanze che hanno gravemente turbato l'ordine pubblico e, di conseguenza, necessitano di protezione internazionale.

Demarcazioni:

In questa formazione non ci rivolgiamo ai migranti che:

- si spostano in un ambiente culturale uguale o molto simile a quello di origine: questa situazione potrebbe essere quella di coloro che si sono trasferiti con l'obiettivo di proseguire la propria formazione scolastica, accademica o professionale, dei migranti che lavorano e che si sono trasferiti all'interno di uno stesso Paese o dei migranti di seconda o terza generazione;
- non hanno nessuna competenza o conoscenza linguistica rispetto alla lingua del paese di arrivo;
- hanno avanzato richiesta formale di asilo politico (rifugiati).

Eterogeneità

Le descrizioni approssimative dei gruppi di persone a cui ci rivolgiamo in questa formazione possono essere considerate solo un punto di partenza. Queste informazioni non aiutano ancora a creare un'esperienza che sia accessibile e rilevante per loro. Nel prossimo modulo esamineremo più da vicino le persone a cui ci rivolgiamo.

La definizione dei target group potrebbe essere compromessa da stereotipi condivisi e diffusi sui migranti e anziani. Il luogo comune vorrebbe gli anziani e i migranti gruppi omogenei, quando in realtà è esattamente il contrario.

Rispetto agli anziani, ad esempio, numerosi studi gerontologici confermano che la differenza tra l'età cronologica e l'età percepita soggettivamente si sta ampliando sempre di più ed è ora in media di cinque-dieci anni. Questo ha a che fare con il nostro sistema sanitario, e con il minore logoramento fisico che la vita lavorativa europea generalmente comporta rispetto ad altre nazioni del mondo.

Anche i migranti sono un "gruppo" molto eterogeneo. Hanno esperienze e contesti culturali molto diversi.

D'altro canto, esistono elementi che accomunano i due gruppi ovvero avere (avuto) *altre* esperienze di vita, avendo gli anziani vissuto diverse epoche e i migranti diversi contesti culturali.

¹³ cfr. <https://www.un.org/en/global-issues/migration>

Cambiamento sistemico

DURATA

35 minuti

MATERIALI

- Diagramma sulla necessità istituzionale di inclusione in un'area dedicata della lavagna digitale (si veda oltre)
- schede con le 5 diverse 'aree di inclusione' (si veda oltre)
- PDF o documenti con valutazioni dei manager o delle figure dirigenziali del

OBIETTIVO

I partecipanti sono in grado di analizzare l'inclusione all'interno della loro istituzione secondo cinque aree. Identificano su quali di esse hanno il potere di intervenire, contribuendo a rimuovere alcuni aspetti della discriminazione e come potrebbero farlo.

DESCRIZIONE

Il formatore presenta le 5 aree istituzionali (ACCESSO – STRATEGIA – PARTNERSHIP – STAFF – CONTENUTI) definendole e illustrandole, servendosi (se desidera) di una delle situazioni di ostacolo ed esclusione presentate durante l'attività 'Un passo avanti' con un ostacolo affrontato dal gruppo target. Indica come si potrebbe intervenire per superare l'ostacolo.

Esempi:

Accesso: "Non ho accesso alle informazioni di base sulle attività e sui laboratori offerti vicino a dove vivo o nei luoghi che frequento ogni giorno." → un'attività di marketing specifica, incentrata sul raggiungimento di anziani e migranti, potrebbe offrire queste informazioni.

Strategia: "Le condizioni o le conoscenze delle persone della mia classe sociale non sono rappresentate positivamente." → Se gli anziani e i migranti o i loro rappresentanti fanno parte del team che programma e pianifica, si assicureranno che le conoscenze delle persone della loro classe sociale siano rappresentate positivamente.

Partnership: "Il museo è poco frequentato da persone della mia razza/etnia." → Un rapporto o una collaborazione duraturi con un partner che si occupa di diversità aumenta la probabilità di arricchire la platea dei visitatori.

Staff: "Ho la percezione che la mia razza/classe sociale non siano rappresentate nello staff del museo." → È una decisione strategica assumere personale che rappresenti la diversità della società.

Contenuto: "Non capisco i testi e le didascalie." → La progettazione di esposizioni e mostre può essere discriminatoria se i codici utilizzati sono culturalmente diversi o se non si è tenuto conto del livello linguistico di chi li dovrà fruire.

I partecipanti valutano il posizionamento della loro istituzione rispetto alle 5 differenti aree istituzionali collocandole nella ‘griglia dei diversi livelli istituzionali di consapevolezza sulla necessità di **inclusione**’ della loro istituzione.

Infine, il risultato viene confrontato con la valutazione di diversi colleghi e se possibile, con la valutazione data in precedenza da membri della dirigenza o del management. La percezione diversa dei partecipanti può essere la base per la discussione finale.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

La possibilità di coinvolgere (anche in differita) diversi membri della dirigenza può creare un ulteriore livello di riflessione e di discussione, ad esempio sulla conoscenza da parte dello staff di iniziative e/o progetti di inclusione in corso, sulla necessità di condividere a più livelli i fronti di lavoro aperti etc.

Tenete in conto la possibilità che tra i partecipanti emerga frustrazione o senso di impotenza.

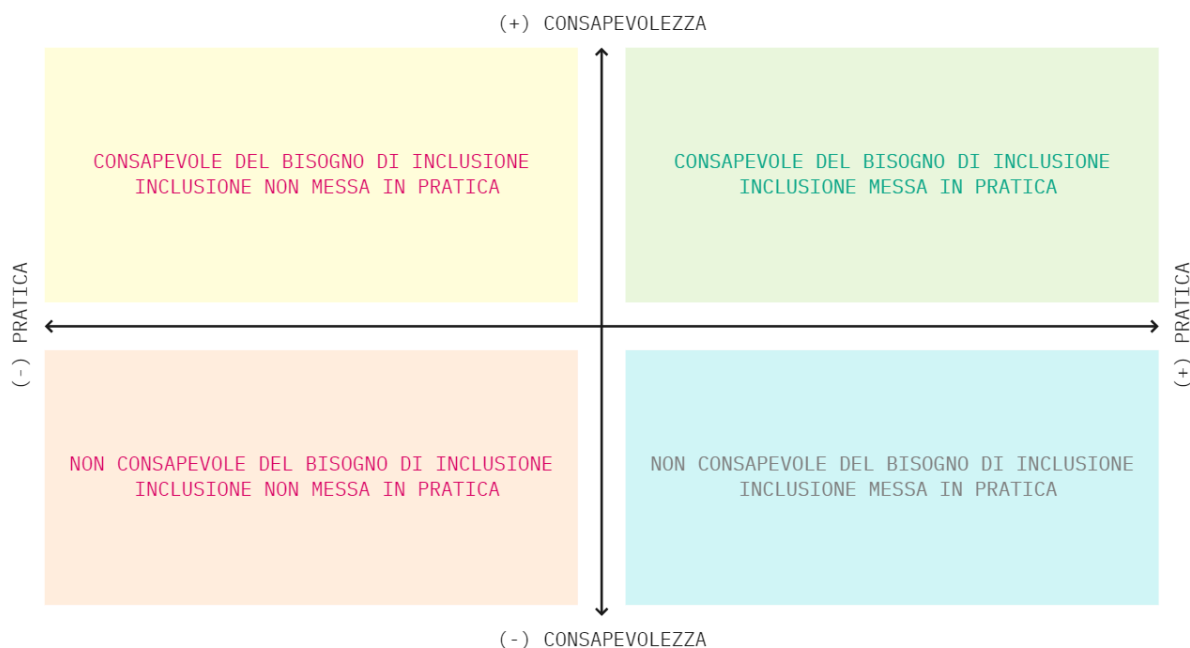
ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Valutazione della propria istituzione:

Il formatore:

“Nella griglia è presente un asse X che identifica la *pratica* mentre l’asse Y la *consapevolezza*. In questo modo, sono disponibili quattro caselle che identificano diversi livelli di consapevolezza della necessità di inclusione e di pratica dell’inclusione, ovvero:

- 1) in alto a sinistra: un livello di consapevolezza alto, ma pratica assente o poca;
- 2) in alto a destra: un livello di consapevolezza alto, pratica alta;
- 3) in basso a sinistra: un livello di consapevolezza basso, pratica assente;
- 4) in basso a destra: un livello di consapevolezza basso, **una pratica alta** (l’inclusione viene praticata in maniera inconsapevole).”



QUAL E' LA CONSAPEVOLEZZA ISTITUZIONALE SUL BISOGNO DI INCLUSIONE? L'INCLUSIONE E' PRATICATA?

ACCESSIBILITA'	STRATEGIA	PARTNERSHIP
<p>ACCESSIBILITA' - per i visitatori, anche attraverso attività di marketing - barriere socio-economiche (ad es. prezzo, trasporto, posizione, handicap friendly...)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La vostra istituzione studia i propri visitatori e cerca di capire quali sono le persone che la frequentano? 2. La vostra istituzione fornisce documenti in formati o lingue alternative (ad es. utilizzando registri linguistici adeguati, braille...)? 3. La vostra istituzione si impegna e rafforza la creazione di uno spazio sicuro e inclusivo per tutti? 	<p>STRATEGIA - Governance istituzionale, autocomprensione di un'istituzione</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L'inclusione sociale e la diversità sono esplicitamente menzionate in un documento di strategia/rapporto annuale/dichiarazione di missione? 2. Il tuo consiglio di amministrazione/comitato consultivo/fiduciario include un rappresentante delle minoranze? 3. La tua istituzione include nella pianificazione e programmazione diversi pubblici e/o loro rappresentanti? 4. La vostra istituzione mira direttamente a creare una società più inclusiva (tolleranza, apertura, ecc.)? 	<p>PARTENARIATI - collaborazione e collegamento in rete al di fuori dell'istituzione</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le vostre comunità locali o il loro rappresentanti sono stati informati della volontà della vostra istituzione di affrontare l'inclusione sociale? 2. L'istituzione adatta i programmi/mostre per stabilire diverse partnership? (o Cosa viene prima: il programma o la partnership?) 3. Viene valutata se e come la diversità del partenariato sia un'opportunità per i progetti istituzionali? 4. E' stato mantenuto un rapporto a lungo termine con i partner che si occupano di diversità dopo la durata di un programma?
STAFF	CONTENUTO	
<p>STAFF - composizione e formazione</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Il personale riflette la diversità della società in cui vivete? 2. L'inclusione sociale viene trattata nella formazione del personale? 3. L'inclusione sociale e la diversità sono una responsabilità condivisa all'interno della vostra istituzione? 4. Manteneate aperta la discussione su stereotipi / diversità / minoranze all'interno del team? 	<p>CONTENUTI - programmi, mostre, attività; sviluppo e facilitazione</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La vostra istituzione sceglie gli argomenti per essere interessante/ rilevante per utenti diversi? 2. I contenuti vengono co-costruiti con rappresentanti di pubblici diversi o con gruppi / persone che li rappresentano? 3. C'è una procedura per affrontare gli squilibri / non inclusività durante i programmi offerti? 4. La tua istituzione si assicura che gli accompagnatori (genitori, insegnanti, educatori...) conoscano le attività proposte e siano messi nella condizione di essere di supporto? 	

Self Evaluation Tool co-creato da Sis Catalyst, Science Center Network, ESTIM école de la médiation e altri rappresentanti dell'inclusione e della diversità. 2017

“Per posizionare la vostra istituzione, rispondete ad alcune domande relative ad aree quali accessibilità - strategia – partnership – staff – contenuti.”

“Sulla base di queste domande, posizionate le cinque categorie sulla griglia per capire: cosa stiamo facendo, cosa dovremmo smettere di fare e dove abbiamo bisogno di migliorare?”

CONTENUTO DA TRASMETTERE

L'inclusione dei gruppi target deve essere pensata a diversi livelli nelle nostre istituzioni. È responsabilità di ognuno, a seconda del ruolo e della posizione, attuare strategie e pratiche per creare un ambiente inclusivo.

PAUSA - 20 MINUTI

Ostacoli

DURATA

25 minuti

MATERIALI

Post-it sulla lavagna digitale che riportano la lista degli ostacoli (sotto)

OBIETTIVO

I partecipanti comprendono e individuano le barriere all'inclusione (che colpiscono anziani e migranti) che possono essere direttamente influenzate dal loro lavoro di explainer.

DESCRIZIONE

Le situazioni presentate nell'attività 'Un passo avanti' sono riformulate nella forma della negazione (ad esempio, da 'Avete accesso a informazioni di base su attività e laboratori offerti vicino a dove vivete o nei luoghi che frequentate ogni giorno' a 'Non ho accesso alle informazioni di base sulle attività e sui laboratori offerti nel museo vicino a dove vivo').

Presentate in questo modo, le situazioni rappresentano i principali ostacoli e/o discriminazioni emersi dalle ricerche che, nel contesto di questo progetto, sono state condotte nella letteratura sul tema e con lo svolgimento dei focus group preliminari con gruppi di anziani e di migranti. Ogni "ostacolo" è scritto su un post-it digitale.

La domanda a cui questa attività intende trovare una risposta è: quali di questi ostacoli potrebbero essere gestiti e/o risolti dagli explainer durante la loro pratica lavorativa?

Quali di questi ostacoli sono istituzionali o sistemici e quindi necessitano dello sforzo del management o della società in generale?

Sulla lavagna digitale vengono fissate due categorie: "Gli explainer possono avere un impatto" e "Ostacolo istituzionale o sistemico". Al centro delle due categorie viene lasciato uno spazio per collocare quegli ostacoli che possono essere posizionati sotto entrambe le voci. I partecipanti vengono

divisi in sottogruppi (breakout rooms). Ogni gruppo riceve una serie di "ostacoli e li assegnano ciascuno ad una delle due categorie che ritengono più adatta. Prendono appunti per argomentare il motivo della scelta e successivamente presentano le loro soluzioni agli altri gruppi e le discutono.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Individuando la categoria a cui appartengono gli ostacoli, è possibile stabilire quale potrebbe essere il ruolo dell'**explainer**. Questo porta ad approcci e idee di su come rispondere e fronteggiare questi ostacoli e può di fatto essere vista come il complesso dei contenuti della formazione. Ascoltate attentamente le argomentazioni dei partecipanti in modo che possiate farne riferimento durante l'**attività che segue**, "Accessibilità e rilevanza" di questo modulo.

Alcuni esempi di riflessione sugli ostacoli presentati potrebbero essere:

"Il livello di conoscenza su cui vengono costruite le spiegazioni non corrisponde al mio" -> Se si considera il **contenuto dei testi**, l'**ostacolo** è istituzionale; gli explainer possono invece contribuire dal punto di vista della comunicazione interpersonale della trasmissione delle conoscenze ai visitatori.

"La conoscenza che le persone della mia classe sociale potrebbero avere rispetto ad un tema non è rappresentata positivamente" -> Potrebbe essere un ostacolo istituzionale, perché l'**allestimento della mostra o dell'exhibit** potrebbe non essere culturalmente e socialmente rappresentativo per i visitatori, ma se l'**explainer sta mediando un'attività o una visita**, allora la rappresentazione di un particolare aspetto (etnia o classe sociale) può essere essere integrata facendo collegamenti o scegliendo angolazioni diverse per presentare uno stesso tema.

"Non riesco ad avere un punto di vista critico senza pensare che sia un problema culturale o di integrazione" -> La ragione dell'esistenza di questa paura è sistemica, ma all'interno del format che l'**explainer facilita**, lui/lei può creare un'atmosfera di fiducia in cui ognuno possa sentirsi libero di parlare.

"Le attività non sono adatte al mio grado di mobilità e alle mie possibilità di movimento" -> Gli explainer non possono influenzare il design o l'architettura dell'**esposizione**, ma possono scegliere di fermarsi negli snodi più accessibili o dare alcune possibilità per una maggiore accessibilità fisica, come offrire sedie mobili, usare l'ascensore invece delle scale, scegliere di sostare davanti ad exhibit o postazioni interattive che abbiano un'interfaccia (pulsanti, didascalie, etc.) facilmente utilizzabile.

"Non ho familiarità con i musei/centri scientifici" -> Si tratta di un problema sistemico, ma gli explainer possono trasmettere una sensazione positiva di accoglienza e di appartenenza alle istituzioni, oltre a offrire informazioni per l'orientamento.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Il formatore:

"Diamo un'occhiata alle situazioni che avete "vissuto" nel gioco 'Un passo avanti'.

Che scenari descrivono le situazioni? Alcuni di voi non hanno compiuto passi avanti, rivelando potenziali ostacoli per alcuni gruppi nella nostra società, molti di voi non hanno raggiunto il traguardo per via del ruolo che interpretavano.

Prendete gli "ostacoli" (o la situazione di esclusione) e stabilite se, nel vostro ruolo di explainer, pensate di poter avere un impatto (o no) per rimuovere le barriere fisiche, linguistiche e di altro tipo che portano all'esclusione. Riflettete sulle ragioni che motivano le vostre assegnazioni alle due categorie presentate poco fa".

Schede ostacoli (sulla lavagna digitale)

"La conoscenza che le persone della mia classe sociale potrebbero avere rispetto ad un tema non è rappresentata positivamente".

"Il livello di conoscenza su cui vengono costruite le spiegazioni non corrisponde al mio".

"Non comprendo i testi e la segnaletica di visita".

"Non ho tempo di visitare un museo scientifico".

"Mi sento perso e insicuro perché non ho familiarità nel visitare un museo scientifico".

"Non riesco ad avere un punto di vista critico senza pensare che sia un problema culturale o di integrazione".

"Non riesco a comprendere il linguaggio e le parole usati nelle attività che vengono proposte".

"Le attività non sono adatte al mio grado di mobilità e alle mie possibilità di movimento".

"Il contenuto è presentato in un modo che non è rilevante per me".

" Non riesco a capire come orientarmi in questo luogo".

"Non so come guardare, interagire con o utilizzare gli exhibit e le sezioni espositive".

"Non ho familiarità con i musei/centri scientifici".

" Non posso essere sicura che lo staff sarà rappresentativo della mia razza o classe sociale".

" Non credo vedrò altre persone della mia razza o etnia".

" Prima di andarmene, non credo di potermi permettere di acquistare qualcosa allo shop del museo oppure di potermi comprare un panino all'uscita"

" Non credo vedrò altre persone con il mio stesso background socioeconomico".

" Non credo di poter trovare qualcosa di rilevante per me all'interno di un museo scientifico".

" Credo di avere problemi ben più grandi da risolvere prima di poter pensare di andare a visitare un museo".

" Non credo che un museo scientifico sia un posto per me".

"Le attività non hanno il ritmo di cui ho bisogno".

"Non ho accesso alle informazioni di base sulle attività o i workshop disponibili vicino a dove vivo o che si svolgono in un luogo che visito abitualmente".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

L'inclusione è fondamentalmente un processo sistemico, quindi, in base al proprio ruolo nell'organizzazione, ognuno ha la propria responsabilità nel processo. Alcuni ostacoli possono essere risolti solo dagli explainer nella loro pratica lavorativa.

Accessibilità e rilevanza

DURATA

15 minuti

MATERIALI

- Post-it digitali degli ostacoli dell'attività precedente (solo quelli assegnati alla categoria 'l'explainer può avere un impatto')
- Breve presentazione (facoltativa) dei concetti di ciascun modulo

OBIETTIVO

I partecipanti comprendono in che modo è stata strutturata la formazione e quali sono i macrotemi che verranno affrontati.

DESCRIZIONE

Le schede che descrivono gli ostacoli sui cui gli explainer possono intervenire vengono assegnate ciascuna a uno dei tre moduli della formazione che seguiranno.

Vengono fornite brevi spiegazioni su quali argomenti saranno al centro della formazione e di ciascun modulo, così che i partecipanti acquisiscano un'idea di quali ostacoli potranno essere superati o considerati nelle varie parti della formazione.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

/

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Gli ostacoli presentati nell'attività precedente, sui quali gli explainer possono avere un impatto positivo, vengono assegnati al modulo formativo nel quale verranno affrontati.

Al Modulo 2 sono assegnati i seguenti "ostacoli":

Ostacolo	Come viene affrontato nel modulo
"Non riesco ad avere un punto di vista critico senza pensare che sia un problema culturale o di integrazione".	Verranno esaminati i fondamenti delle competenze interculturali e dello scambio interculturale.
"Le attività non sono adatte al mio grado di mobilità e alle mie possibilità di movimento".	Sono previsti esercizi per valutare in modo informale il livello di conoscenza e le esigenze dei visitatori.
"Non so come guardare, interagire con o utilizzare gli exhibit e le sezioni espositive".	
" Il livello di conoscenza su cui vengono costruite le spiegazioni non corrisponde al mio".	

Il Modulo 2 "Una cultura diversa dalla propria" intende sensibilizzare i partecipanti intorno a esigenze, desideri ed aspettative di anziani e i migranti. Avere consapevolezza di chi si ha davanti è alla base per poter progettare un'esperienza pertinente per loro.

Il modulo mette in discussione le immagini stereotipate di anziani e migranti che potremmo avere in testa. Fornisce una chiave per l'empatia attraverso le competenze interculturale. Si farà luce sui bisogni e le motivazioni che anziani e migranti potrebbero avere quando visitano i musei scientifici. Verranno messe in evidenza le strategie per conoscere meglio i visitatori.

Al Modulo 3 sono assegnati i seguenti "ostacoli":

Ostacolo	Come viene affrontato nel modulo
"Non ho familiarità con i centri scientifici".	Questa percezione di non familiarità con un luogo spesso provoca la sensazione di essere "fuori luogo" o di "non appartenenza" . Questo è un motivo che incide pesantemente sulla decisione di partecipare (o di non partecipare). Il momento di accoglienza e di benvenuto è un buon momento per affrontare questo tema.
"Non conosco i musei".	
" Non credo che un museo scientifico sia un posto per me".	
"Mi sento insicuro e perso perché non conosco i musei/centri scientifici".	Durante la fase di accoglienza e benvenuto vengono fornite tutte le informazioni necessarie per far sentire le persone sicure e orientate.
" Non riesco a capire come orientarmi in questo luogo".	
"Le attività non hanno il ritmo di cui ho bisogno".	Verranno forniti consigli utili a migliorare la facilitazione e a regolare il ritmo del vostro discorso.
" Non riesco a comprendere il linguaggio e le parole usati nelle attività che vengono proposte".	Verranno svolti esercizi pratici per utilizzare un linguaggio semplice (nei termini e nell'articolazione delle parole) e si discuterà di altri modi di comunicare.

Il Modulo 3 "Accogliere e parlare" si concentra su come creare accessibilità ai livelli del linguaggio e della comunicazione. L'obiettivo è quello di ridurre lo sforzo per gli anziani e i migranti, in modo da rendere possibile un'esperienza museale rilevante per loro. Il Modulo 3 affronta anche il tema del senso di appartenenza e di accoglienza.

Al Modulo 4 sono assegnati i seguenti "ostacoli":

Ostacolo	Come questo ostacolo viene affrontato nel modulo
"Il contenuto è presentato in un modo che non è rilevante per me".	Presentare un argomento sotto una particolare angolazione può essere utile per poter creare contenuti rilevanti.
" La conoscenza che le persone della mia classe sociale potrebbero avere rispetto ad un tema non è rappresentata positivamente".	Creare ponti o connessioni tra le mostre o i temi delle attività e i visitatori contribuisce ad una esperienza personalmente coinvolgente.
" Non so come guardare, interagire con o utilizzare gli exhibit e le sezioni espositive".	
" Non credo di poter trovare qualcosa di rilevante per me all'interno di un museo scientifico ".	Verrà chiarito cosa serve per creare un'esperienza che sia percepita come rilevante.

Nel Modulo 4 "Rilevanza" verrà presentato il concetto della rilevanza e verranno suggerite strategie concrete per creare esperienze rilevanti per i visitatori anziani e migranti.

In conclusione:

Nel Modulo 1 "Il bisogno di includere" viene fatta luce sul concetto di inclusione e di dove fare leva per affrontare gli ostacoli ad essa associati – sul lavoro concreto degli explainer e/o a livello sistemico.

L'approccio utilizzato in questa formazione per superare questi ostacoli è quello di creare "Accessibilità e rilevanza a tutti i livelli ".

Conclusione

DURATA

10 minuti

MATERIALI

Immagini casuali posizionate sulla lavagna digitale

OBIETTIVO

Il formatore scopre quali informazioni sono state riconosciute e acquisite, quali stati d'animo sono presenti, quali problemi sono emersi e cosa è stato chiaro o meno nel primo modulo.

DESCRIZIONE

Sulla lavagna digitale vengono posizionate diverse immagini casuali. A turno, ognuno sceglie quella che lo aiuta a verbalizzare il modo in cui lascia il primo modulo.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Quando ciascun partecipante prende la parola deve avere la piena attenzione di tutti gli altri. È importante rispettare le espressioni autentiche dei partecipanti, per questo sono ammesse domande di chiarimento, ma non commenti da parte degli altri partecipanti o del formatore.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Scegliete un oggetto che vi aiuti a verbalizzare come lasciate il primo modulo. Ogni tipo di commento è ben accetto. Rispettiamo l'espressione autentica di ognuno non commentandola".

MODULO 2 - UNA CULTURA DIVERSA DALLA PROPRIA

OBIETTIVO DEL MODULO

Il Modulo 2 si concentra sullo sviluppare la consapevolezza intorno ai gruppi di anziani e migranti e alle loro identità culturali: una ricognizione del pubblico a cui ci si rivolge è la base per poter progettare ed erogare un'esperienza museale rilevante per loro. Il modulo mette in discussione le immagini stereotipate di anziani e migranti, indagando sulle differenze culturali tra gruppi omogenei ed eterogenei. Il modulo intende sensibilizzare sulla pluralità che ogni cultura rappresenta e sottolinea come l'empatia, messa in pratica attraverso competenze interculturali, possa aiutare a gestire questa diversità. Il modulo analizza le esigenze e le motivazioni che anziani e migranti possono portare con sé quando frequentano un'istituzione come un museo o un science center.

SVOLGIMENTO

Arrivo e benvenuto - SMS	15 minuti
La cultura Albatros – (mis)interpretazione di una cultura diversa	60 minuti
World Value Survey	20 minuti
Pausa	20 minuti
Migranti e anziani: perché visitano i musei?	30 minuti
Le <i>persona</i> : focus sui bisogni	40 minuti
Conclusione	10 minuti

Arrivo e benvenuto - SMS

DURATA

15 minuti

MATERIALI

Post it digitali sulla lavagna digitale

OBIETTIVO

I partecipanti ricordano quanto detto nel Modulo 1. Questo esercizio mira a sottolineare il legame esistente tra i diversi moduli formativi.

I partecipanti si esercitano a condividere quanto appreso in brevi messaggi.

DESCRIZIONE

Ai partecipanti viene chiesto di comporre un breve messaggio di testo per un amico o un collega inerente al primo modulo di formazione. Quali sono stati i punti più importanti? Che cosa è rimasto più impresso, che cosa ha lasciato un'impressione duratura?

Ogni partecipante scrive il proprio messaggio su un post-it digitale e lo posiziona nell'area corrispondente della lavagna online. Dopo che tutti l'hanno fatto, il formatore invita i partecipanti a condividere.

I partecipanti presentano il loro messaggio di testo al gruppo. Se qualche punto cruciale è stato tralasciato, il formatore ricorda al gruppo i punti mancanti.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Se la formazione si svolge unendo i 4 moduli due a due (Modulo 1 e 2 in una giornata e Modulo 3 e 4 in un'altra giornata), questa parte può essere saltata.

Se questa parte viene implementata:

- Serve prestare attenzione all'atmosfera generale tra i partecipanti.
- Tenete d'occhio la gestione del tempo: anche pochi minuti di ritardo in questo primo esercizio possono influire sul corso generale del modulo.
- Se riscontrate qualche mancanza tra i concetti, potete intervenire alla fine del discorso, sollecitando ulteriori riflessioni per arrivare al punto mancante.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Preparazione

"Avete 5 minuti per scrivere un sms a un amico. Cercate di condividere gli argomenti e i punti centrali del primo modulo. Pensate agli elementi che vi hanno colpito di più".

"Cercate di rendere il vostro messaggio il più efficace possibile".

Implementazione

"Leggi il tuo messaggio al gruppo".

Debriefing - discussione finale

"Ritenete che manchino alcuni concetti importanti tra quelli che sono stati menzionati?".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

In questo esercizio i partecipanti devono ricordare gli argomenti e i punti fondamentali del primo modulo.

La cultura Albatros – (mis)interpretazione di una cultura diversa

DURATA

60 minuti, di cui:

Introduzione: 5 minuti

Video Albatros: 10 minuti

Debriefing 1 - il significato del video: 20 minuti

Debriefing 2 - Riflessioni dei partecipanti: 25 minuti

MATERIALI

- Link Youtube della Cultura Albatros disponibile sulla lavagna online Albatros Culture 1 - YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=AMrJRQDPjk&t=6s>)
- Due aree sulla lavagna online dedicate alle fasi di debriefing, ognuna delle quali riporta le domande per attivare la riflessione
- Descrizione in PDF della Cultura Albatros (non visibile fino al secondo debriefing)

OBIETTIVO

Questo esercizio stimola i partecipanti a riflettere sul modo in cui la cultura di appartenenza incide sull'interpretazione di altre culture e in generale sui pregiudizi che entrano in gioco rispetto a ciò che non si conosce.

DESCRIZIONE

Riproduzione del video

Dopo che il formatore ha introdotto l'attività, si chiede ai partecipanti di riprodurre il video.

Debriefing 1 - Il significato del video

Ai partecipanti viene chiesto di descrivere la situazione osservata in maniera, in modo neutrale, senza interpretazioni.

Al termine di questa serie di descrizioni neutre, si chiede ai partecipanti di interpretare ciò che hanno visto. Alcuni dei partecipanti interpreteranno il ruolo delle donne nella cultura albatros come svantaggiato, motivando questo pensiero a causa della loro posizione nello spazio (sul pavimento, dietro l'uomo) e nella sequenza temporale dell'azione (prima viene lui, poi lei, prima mangia lui, poi lei) o nella postura della donna (piegata, inginocchiata) e nel linguaggio tattile del corpo (l'uomo tocca). Il formatore prende appunti su post-it digitali.

Dopo che i partecipanti hanno fornito le loro interpretazioni di ciò che hanno visto, il formatore presenta le informazioni sulla cultura Albatros, in modo che il gruppo sia ora informato sul background della cultura.

Debriefing 2 - Riflessioni dei partecipanti

I partecipanti sperimentano in prima persona quanto sia difficile non includere interpretazioni nelle descrizioni. Imparano che le azioni vengono sempre lette con la lente della cultura sociale di appartenenza, ma che esistono anche altre possibilità di interpretazione. I partecipanti riflettono su quali aspetti hanno influenzato la loro percezione.

Le domande per alimentare la riflessione e la discussione potrebbero essere:

- Da dove provengono i possibili errori di valutazione?
- Qual è il nostro pregiudizio culturale? Quali sono i nostri pregiudizi individuali? Come gestire i nostri pregiudizi?

Ulteriori osservazioni possono nascere rispondendo ad altre domande:

- Indicate alcune regole che avete percepito ciò che avete visto: quali valori pensate che siano alla base di questa cultura?
- Come si relaziona alla cultura a cui appartenete?
- Cosa pensate di questa cultura? (equa, avanzata, opprimente)
- Esistono regole, usi o costumi della vostra cultura che sono simili?
- Quali sono le ragioni o i valori alla base di questi comportamenti?

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Aiutate i partecipanti a concentrarsi sull'obiettivo dell'attività, ovvero mettere in luce stereotipi, valutazioni e pregiudizi consci o inconsci, compresi razzismo, misoginia, classismo, pregiudizi e presunzioni personali, ecc.

Create un ambiente sicuro e un'atmosfera distesa, per aiutare i partecipanti a sentirsi sicuri nel condividere le loro convinzioni, anche quando si riferiscono ai loro stereotipi.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Introduzione

"Guardiamo questo filmato. Cerchiamo di capire cosa sta succedendo. Ne discuteremo più tardi".

Debriefing 1 - Il significato del video

"Ora cercate di descrivere, senza interpretare, quello che avete visto".

"Proviamo a interpretare il video, secondo le caratteristiche della cultura che ora conoscete".

Debriefing 2 - Riflessioni dei partecipanti

"La vostra comprensione della cultura potrebbe essere diversa ora che ne conoscete meglio le caratteristiche. Riflettiamo e discutiamo insieme sulle cause delle interpretazioni sbagliate che potete aver dato all'inizio: da dove nascono? Qual è il nostro pregiudizio culturale? Qual è il nostro pregiudizio individuale? Come gestire i nostri pregiudizi?".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Contenuti legati all'attività:

I concetti fondamentali da trasmettere sono:

- Ogni azione viene considerato attraverso una lente culturale/valoriale
- Ogni interpretazione implica stereotipi, valutazioni e pregiudizi, fino ad arrivare al razzismo, alla misoginia, al classismo, ecc.
- È necessario sviluppare la consapevolezza della propria cultura e dei propri pregiudizi.
- Stilare certe azioni come "estranee", "strane" o "altre" può facilmente portare alla svalutazione o al disinteresse.

Contenuti legati alla cultura Albatros:

La cultura Albatross è una cultura matriarcale in cui la terra è venerata come una divinità madre. I piedi grandi sono un ideale di bellezza perché permettono un buon contatto con la terra. Il potere della Madre Terra può essere sfruttato mangiando arachidi. Sono un cibo rituale. Agli ospiti viene prestata una speciale riverenza dando ai loro piedi il maggior contatto possibile con la terra. Poiché le donne, come la Madre Terra, possono generare la vita, hanno privilegi speciali. Gli uomini hanno il dovere di assaggiare il cibo delle donne e di camminare davanti a loro per evitare pericoli. Solo le donne possono sedersi per terra.

World Value Survey

DURATA

20 min

MATERIALI

- Una griglia nella lavagna digitale due assi: asse X "sopravvivenza vs espressione di sé", asse Y "valori tradizionali vs valori secolari".
- Set di domande per guidare i partecipanti nel posizionamento lungo l'asse (formato PDF caricato nell'apposito spazio della lavagna online, si veda sotto)
- Post-it digitali
- Link a Youtube per mostrare The World Value Survey (Inglehart-Welzel-Cultural Map)

OBIETTIVO

Questa attività è tratta dal World Value Survey (WVS)¹⁴, un programma di ricerca internazionale dedicato allo studio scientifico e accademico dei valori sociali, politici, economici, religiosi e culturali

¹⁴ WVS Database: <https://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

delle persone nel mondo. L'obiettivo del progetto è valutare l'impatto che la stabilità o il cambiamento dei valori nel tempo hanno sullo sviluppo sociale, politico ed economico dei Paesi e delle società. Nel contesto di questo modulo di formazione, l'esercizio dovrebbe illustrare ai partecipanti che, se da un lato ci possono essere grandi differenze tra culture diverse, dall'altro possono esserci grandi differenze tra i membri di una stessa cultura e grandi somiglianze con i set di valori dei membri di un altro Paese. In questo modo, i partecipanti possono vedere come la loro percezione personale e la loro visione del mondo siano influenzate dalla rispettiva cultura di appartenenza e, inoltre, come le differenze anche tra individui con lo stesso background culturale non solo esistano ma abbiano anche un impatto. Essere consapevoli di questa pluralità può portare a evitare situazioni di incomprensione o conflitto.

DESCRIZIONE

Il formatore introduce l'attività, informando sul progetto WVS e sui suoi scopi. Viene spiegato il significato del tipo di valori indicati nel grafico.

Nella prima fase, ai partecipanti viene chiesto di lavorare e riflettere individualmente. Utilizzando la serie di domande fornite, esaminano ogni domanda e, rispondendo, calcolano il punteggio finale che li guiderà alla posizione lungo gli assi. Le domande sono tratte dall'attuale World Value Survey e hanno dimostrato di fornire informazioni sufficienti per un posizionamento realistico dei partecipanti.

Dopodiché, ogni partecipante si posiziona sulla griglia comune, utilizzando semplicemente un foglietto adesivo anonimo su cui viene annotato il punteggio finale individuale.

Alla fine, il formatore stimola la riflessione, ad esempio confrontando le diverse posizioni assunte da partecipanti con lo stesso background culturale.

Quindi, il formatore mostra l'animazione del World Value Survey¹⁵ e introduce una breve discussione.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

È necessario prendere in considerazione diversi elementi a vari livelli:

Livello personale dei partecipanti

Considerando il tipo di domande e gli argomenti trattati dal WVS, se non implementata con cautela, questa attività potrebbe portare a una sensazione di forte disagio per alcuni partecipanti.

Il formatore deve essere consapevole che, se non si sentono a proprio agio, i partecipanti potrebbero non essere disposti oppure temere di condividere la propria posizione all'interno del gruppo, anche se in forma anonima;

Il formatore deve evitare di chiedere direttamente ai partecipanti la risposta a una domanda specifica (ad esempio chiedere direttamente: "Cosa pensi dell'aborto?").

È importante sottolineare che il punteggio finale che emergerà dalle risposte non è né scalare né qualitativo (un punteggio basso non significa un esito basso o viceversa).

¹⁵ Mappa culturale dal 1981 al 2015. - YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=ABWYOcru7js>

Tra gli scopi dell'attività non c'è la misurazione o la valutazione delle convinzioni personali, ma piuttosto la dimostrazione della pluralità esistente anche in un gruppo omogeneo.

Livello del contenuto

È importante notare che questa distribuzione di valori non è statica, ma cambia nel tempo. Il raggruppamento dei diversi Paesi è anche strettamente legato alla loro storia: ad esempio, gran parte del cluster afro-islamico è costituito da ex colonie, il che significa che la loro storia è stata fortemente plasmata dalla schiavitù, dal razzismo e dallo sfruttamento, soprattutto da parte dei governanti bianchi europei, che spesso sopprimono gli Stati e il loro background culturale ancora oggi.

Altri cluster, come gli ex Stati sovietici, sono strettamente legati a una forte tendenza all'ateismo, mentre altre aree, soprattutto in Europa e in Medio Oriente, sono fortemente influenzate dalla religione dominante (come il cristianesimo cattolico o protestante) e dai valori in essa contenuti.

L'animazione della mappa culturale di Inglehart-Welzel nel tempo, dai risultati dell'indagine del 1984 fino al 2015 illustra anche come lo sviluppo delle culture e dei valori non si comporti in modo lineare, ma sia piuttosto soggetto a vari fattori, tra cui spiccano la sicurezza economica e politica di un Paese.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Introduzione

“Leggete le domande e provate a rispondere. Annotate sui post it digitali il punteggio che vi aiuterà a posizionarvi sulla griglia. Non preoccupatevi: le opinioni personali su questioni specifiche non saranno condivise con il gruppo, e questo esercizio sarà completamente anonimo. Cercate di rispondere onestamente per avere un quadro realistico della vostra posizione, ma se qualcosa vi mette a disagio, siete liberi di saltare la domanda”.

“Tenete presente che il punteggio non intende fornire alcun tipo di valutazione o giudizio. È solo un modo funzionale per trasformare le vostre risposte in un posizionamento realistico e affidabile”.

Implementazione

“Scrivete il punteggio sul post it digitale e spostatelo sulla griglia”.

Fase finale e di debriefing

“Diamo un'occhiata alla mappa. Che cosa si può osservare? C'è qualche somiglianza tra le posizioni dei membri di questo gruppo? Riuscite a individuare qualche posizione divergente? Se sì, cosa ne pensate?”.

"Diamo un'occhiata all'animazione del WVS: ci aiuterà a capire quali dinamiche avvengono quando si tratta di valori, come cambiano nel tempo, in culture diverse così come nella stessa".

Domande per guidare le persone a posizionarsi lungo l'asse	TRADIZIONALE			SECOLARE	
	si	per lo più si	neutro	per lo più no	no
Dio è molto importante nella mia vita	1	2	3	4	5
Sono orgoglioso della mia nazione	1	2	non la mia nazionalità	4	5
Le persone dovrebbero avere un grande rispetto per l'autorità	1	2	3	4	5
L'aborto non è mai giustificabile	1	2	3	4	5
I bambini devono imparare l'obbedienza e la fede invece dell'indipendenza e della determinazione di sé	1	2	3	4	5
	SOPRAVVIVENZA			ESPRESSIONE DI SÉ	
	D'accordo	D'accordo in qualche modo	Neutro	In disaccordo in qualche modo	In disaccordo
L'omosessualità non è mai giustificabile	1	2	3	4	5
Bisogna fare attenzione di chi ci si fida	1	2	3	4	5
Avete firmato o firmereste una petizione	Non lo farei mai		Potrei farlo	L'ho fatto	
Scegli tra i seguenti concetti quelli che ritieni più importanti	Mantenere l'ordine nella nazione	Lotta all'aumento dei prezzi		Dare più voce alle persone nelle decisioni del governo	Libertà di parola
Scegli tra i seguenti concetti quelli che ritieni più importanti	La lotta contro il crimine	Un'economia stabile		Il progresso verso una società meno impersonale e più umana	Progredire verso una società in cui le idee contano più del denaro

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Mapa culturale Inglehart-Welzel/Carta dei valori del mondo¹⁶

L'analisi dei dati del WVS effettuata dagli scienziati politici Ronald Inglehart e Christian Welzel afferma che esistono due principali dimensioni di variazione interculturale nel mondo:

- ➔ Valori tradizionali contrapposti a valori secolari (laico-razionali)
- ➔ Valori di sopravvivenza contrapposti a valori di espressione di sé.

La mappa culturale globale che emerge mostra come le società si posizionano su queste due dimensioni. Lo spostamento verso l'alto di questa mappa riflette il passaggio dai valori tradizionali a

¹⁶ <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp?CMSID=Findings>

quelli secolari (laico-razionali), mentre lo spostamento verso destra riflette il passaggio dai valori di sopravvivenza a quelli di autoespressione.

I valori tradizionali sottolineano l'importanza della religione, dei legami genitori-figli, della deferenza verso l'autorità e dei valori familiari tradizionali. Le persone che abbracciano questi valori rifiutano anche il divorzio, l'aborto, l'eutanasia e il suicidio. Queste società hanno alti livelli di orgoglio nazionale e una visione nazionalistica.

I valori secolari (laico-razionali) hanno preferenze opposte a quelle dei valori tradizionali. Queste società danno meno importanza alla religione, ai valori familiari tradizionali e all'autorità. Il divorzio, l'aborto, l'eutanasia e il suicidio sono considerati relativamente accettabili.

I valori di sopravvivenza enfatizzano la necessità di sicurezza economica e fisica. Sono legati a una visione relativamente etnocentrica e a bassi livelli di fiducia e tolleranza.

I valori di auto-espressione danno grande priorità alla tutela dell'ambiente, alla crescente tolleranza verso gli stranieri, la comunità LGBTQI+, alla parità di genere e alle crescenti richieste dei cittadini nella partecipazione ai processi decisionali nella vita economica e politica.

PAUSA - 20 MINUTI

Migranti e anziani: perché visitano i musei?

DURATA

30 min

MATERIALI

Post-it digitali colorati sulla lavagna online

OBIETTIVO

I partecipanti si rendono conto della varietà delle motivazioni che possono spingere le persone a visitare un museo, che possono essere diverse anche all'interno dello stesso gruppo (migranti o anziani).

Il quadro che emerge, infatti, sottolinea come le motivazioni di visita siano considerate criteri più rilevanti dell'età o del background culturale, per classificare i visitatori e progettare attività adeguate alle loro caratteristiche.

Nella pratica del lavoro dello explainer, questo aiuterà a gestire le aspettative e ad adattare la facilitazione all'interesse del gruppo.

DESCRIZIONE

A partire dall'esperienza personale, la discussione si concentra in particolare su migranti e anziani e sulla pluralità di motivazioni che possono spingerli a visitare un museo.

I partecipanti sono invitati a raccogliere le proprie esperienze: quando vanno al museo nel tempo libero? Perché ci vanno?

Cosa sanno dagli amici/familiari: Perché ci vanno? (Non ci sono risposte sbagliate)

Le risposte possibili possono includere:

Gruppo di risposte #1

- la possibilità di incontrare amici o familiari e di trascorrere del tempo insieme
- sentirsi benvenuti, godere dell'ospitalità e dell'accoglienza che si riceve
- essere intrattenuti/vedere intrattenuti i propri figli
- trascorrere un appuntamento
- incontrare persone con gli stessi interessi e le stesse idee intorno ad un tema

Gruppo di risposte #2

- avere la possibilità di fare qualcosa che altrimenti non sarebbe stato possibile (ad esempio, in un museo scientifico, utilizzare sostanze chimiche o fare esperimenti)
- provare nuove attività
- fare cose diverse da quelle che solitamente si fanno
- divertirsi

Gruppo di risposte #3

- imparare cose e argomenti nuovi
- essere un esperto/condividere le proprie conoscenze/storie
- ricordare altre esperienze simili vissute nel passato
- sfidare se stessi

Altre risposte

- assumere una nuova prospettiva
- acquisire nuove informazioni su fatti di attualità
- provare attenzione e interesse per un tema
- essere in un ambiente stimolante (anche solo l'architettura dell'edificio in cui ci si trova)
- rifugiarsi dal maltempo
- mostrare la città e la cultura a ospiti o persone in visita ("guardate l'importante museo che abbiamo in questa città!")
- avere un argomento di cui parlare
- vivere un'esperienza speciale
- come una tappa imprescindibile di un tour (soprattutto per i turisti)

Sfruttando le risposte fornite dai partecipanti, a questo punto viene introdotta la Teoria dell'Autodeterminazione (SDT)¹⁷. Infatti, il formatore cerca di raggruppare le diverse risposte fornite secondo le tre categorie menzionate della teoria, che sono:

- Relazione: cercare l'interazione sociale, essere impegnati in un contesto sociale (risposte il gruppo #1);
- Autonomia: autorealizzazione, *agency*, scelta di ciò che interessa o di come impiegare il proprio tempo (risposte gruppo #2);
- Competenza: sperimentare se stessi come competenti, perseguire e alimentare gli interessi personali (risposte gruppo #3)

Non tutte le motivazioni possono essere chiaramente associate alle categorie della SDT.

Il formatore arricchisce la discussione fornendo altri spunti per evidenziare l'eterogeneità delle motivazioni: ad esempio, la ricerca sui visitatori condotta da John Falk ("Understanding Museum Visitors' Motivations and Learning")¹⁸ raggruppa i visitatori in:

- Gli esploratori: visitatori guidati dalla curiosità, con un interesse generico per i contenuti del museo. Si aspettano di trovare qualcosa che catturi la loro attenzione e alimenti il loro apprendimento.
- I facilitatori: visitatori socialmente motivati. La loro visita si concentra principalmente sul favorire l'esperienza e l'apprendimento degli altri membri del gruppo sociale che li accompagna (ad esempio, una madre con i suoi figli).
- I professionisti/hobbisti: visitatori che sentono uno stretto legame tra i contenuti del museo e le loro passioni professionali o hobbistiche. Le loro visite sono tipicamente motivate dal desiderio di soddisfare un obiettivo specifico legato ai contenuti.
- I cercatori di esperienze: visitatori motivati a visitare il museo perché lo percepiscono come una destinazione importante. La loro soddisfazione deriva principalmente dal semplice fatto di "essere stati lì e aver fatto questo".
- I ricaricatori: visitatori che cercano principalmente di vivere un'esperienza contemplativa, spirituale e/o ristorativa. Vedono il museo come un rifugio dal mondo del lavoro o come una conferma delle loro convinzioni religiose.

Questi gruppi sono strettamente correlati alla Teoria dell'Autodeterminazione, ma dimostrano anche che spesso è in gioco più di una motivazione: ad esempio, un hobbista vuole sia sentirsi competente sia entrare in contatto con persone con gli stessi interessi; un hobby è anche un'espressione di autonomia.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Cercate di alimentare la discussione incoraggiando la riflessione personale sulle diverse esperienze museali che i partecipanti hanno vissuto finora.

¹⁷ Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E.T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 416–436). Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n21>

¹⁸ Falk, J.H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience* (1a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315427058>

Cercate di evitare di introdurre le teorie e gli studi di riferimento in maniera decontestualizzata, creando un sentimento di spaesamento. Mentre vengono elencate le diverse motivazioni, potrebbe essere di aiuto iniziare ad evidenziare le diverse "caratteristiche" di ciascuna di esse.

Per la Teoria dell'Autodeterminazione: non avere abbastanza tempo per elaborare le informazioni potrebbe portare alla frustrazione dei partecipanti. Cercate di evitarlo andando subito al punto della teoria (i tre domini delle motivazioni). In questo senso, potrebbe aiutare fornire degli esempi relativi a ciascun dominio.

Poiché vengono forniti due input teorici diversi (la SDT e le categorie di visitatori di Falk), è bene fare attenzione a non presentarli in modo antitetico. Questi input vogliono essere funzionali a dimostrare che all'interno dello stesso gruppo ci può essere un'enorme varietà di motivazioni che spingono a vivere un'esperienza museale. Tali motivazioni sono criteri più rilevanti dell'età (per gli anziani) o del background culturale (per gli immigrati) per classificare i visitatori e progettare attività adeguate alle loro caratteristiche.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Quando vai al museo? Perché scegli di trascorrere il tuo tempo libero in questo modo?"

"Perché, secondo te, i migranti e gli anziani visitano un museo?"

[Dopo aver raccolto le motivazioni] "Vedete qualche motivo ricorrente? C'è un denominatore comune che potrebbe aiutarci a raggruppare queste motivazioni?"

[Vengono introdotte le teorie]

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Questa attività introduce diversi input teorici che inquadrano e interpretano l'ampia gamma di motivazioni che spingono le persone, anche all'interno dello stesso gruppo, a visitare un museo (si veda sopra). I partecipanti acquisiscono consapevolezza di quali criteri (anziché la fascia d'età o il background culturale) devono essere presi in considerazione per sviluppare o offrire un'esperienza più rilevante per il pubblico.

Le persona: focus sui bisogni

DURATA

40 min

MATERIALI

- Pacchetti di ispirazione (profili delle *persona* - PDF caricati nell'area corrispondente della lavagna online)

- Post-it digitali
- Collegamento diretto all'area della lavagna digitale dove vengono raccolte le motivazioni dell'esercizio precedente.

OBIETTIVO

Per combattere gli stereotipi, i partecipanti familiarizzano con i profili di persone reali, a cui possono fare riferimento mentalmente quando discutono o pensano ai gruppi target.

DESCRIZIONE

Il gruppo viene separato in quattro diversi sottogruppi attraverso le breakout rooms (o quanti gruppi sono possibili, con l'obiettivo di avere un gruppo di 2-3 persone). A ogni gruppo viene assegnato in modo casuale un pacchetto di ispirazione di una *persona*, facendo attenzione a distribuire il materiali in maniera che i gruppi target siano equamente rappresentati. I gruppi hanno 30 minuti di tempo per familiarizzare con il contenuto dei pacchetti di ispirazione e per lavorare su un poster dedicato al profilo che è stato loro assegnato.

Oltre ai pacchetti di ispirazione, a ogni gruppo vengono assegnate a caso due delle motivazioni raccolte nell'esercizio precedente. Quindi, viene anche chiesto loro di sviluppare la visita ideale al museo per la loro *persona* sulla base di queste motivazioni e delle altre informazioni disponibili. Per costruire la visita ideale, devono cercare di combinarla con alcuni punti chiave.

Le domande chiave da porsi sono:

- Nome e background culturale o sociologico (cultura, famiglia, lavoro, ecc.)
- Interessi principali
- Esigenze
- Motivazione a visitare un museo

I partecipanti, una volta definite e approfondite le motivazioni che spingono le varie *persona* a svolgere un'esperienza al museo, stilano una bozza della visita ideale al museo in base alle motivazioni, al contesto e alle loro esigenze. Lavorano creando ciascun gruppo un profilo della *persona* assegnata.

Dopo 30 minuti, il formatore chiude le breakout rooms e riporta i partecipanti in plenaria. Ogni gruppo presenta il proprio profilo all'intero gruppo. I poster vengono conservati come promemoria per il resto del workshop e si chiederà ai partecipanti di fare riferimento a questi poster o alle *persona* quando pensano al pubblico del gruppo target.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

È bene focalizzarsi sulle esigenze dei profili proposti, che sono fondamentali per stimolare l'attività.

Se c'è una mancanza di creatività riguardo ai bisogni, il formatore può fornire altre opzioni tra quelle raccolte nel lavoro dei focus group del progetto:

- Ho bisogno che il linguaggio sia forte e chiaro.
- Ho bisogno di un apparecchio acustico per comprendere bene.
- Ho bisogno di un lessico semplice e di traduzioni.

- Ho bisogno del supporto di altro materiale, da esplorare da solo, secondo i miei ritmi e i miei interessi.
- Ho bisogno di sapere chi contattare in caso di domande o problemi.
- Perché la lingua sia accessibile, ho bisogno di una guida che non parli con un forte accento.
- Ho bisogno di sentirmi accolto, indirizzato e di entrare in confidenza con il luogo.
- Ho bisogno che il facilitatore sia paziente perché non ho familiarità con l'ambiente del museo e non sono sicuro delle cose da fare e da non fare.
- Ho bisogno di sapere cosa ci si aspetta da me (parlare, partecipare...) per sentirmi a mio agio.
- Ho bisogno di spazi non troppo luminosi/scuri/rumorosi/affollati.
- Non sono interessato a temi particolari, ma ho bisogno di temi con cui posso fare dei paralleli con la mia esperienza (vita quotidiana o nel mio paese d'origine).
- Ho bisogno di un relatore educato, paziente e amichevole, che fornisca informazioni e sia sensibile alle mie esigenze e agli interessi del gruppo.
- Ho bisogno di sentirmi valorizzato e di vedere riconosciute le mie competenze.
- Ho bisogno di un linguaggio chiaro: senza gli inglesismi ma non infantile.
- Ho bisogno di potermi sedere ogni 20 minuti su una seduta stabile.
- Ho bisogno di sentirmi accolto al museo. Quindi ho bisogno che il mio gruppo di persone sia rappresentato e rispettato.
- Mi piace avere un legame personale con l'explainer.
- Ho bisogno di trovare qualcuno del gruppo o uno explainer che mi aiuti quando voglio fare una domanda e non riesco a trovare le parole giuste.
- Voglio poter condividere le mie storie.
- Ho bisogno che gli argomenti si colleghino alla mia vita personale o alle mie esperienze lavorative, a cose in cui mi piacerebbe lavorare o avere come hobby.
- Mi piace conoscere il contesto sociale più ampio di un argomento, non solo i fatti. Che impatto avrà su di me?
- Ho bisogno che la discussione si svolga a un ritmo che mi permetta di "pensare nel mentre" e di seguire i miei pensieri.
- Ho bisogno di tempo per trovare le parole giuste per porre le domande.
- Ho bisogno di un explainer che sia consapevole dei miei limiti linguistici e ne tenga conto.
- Mi piace essere coinvolto o impegnato attraverso discussioni, giochi o esperimenti pratici.

Il formatore deve essere chiaro sul fatto che creare la visita ideale per una persona specifica non significa escludere altri tipi di pubblico.

Il formatore si assicura che ogni gruppo veda i risultati prodotti dagli altri gruppi.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Familiarizzate con il personaggio che vi è stato assegnato. Create un profilo che presenti le caratteristiche principali di questo personaggio, usando gli strumenti messi a disposizione dalla lavagna digitale".

"Ora vi verranno assegnate due motivazioni emerse dall'esercizio precedente. Queste sono le motivazioni che il vostro personaggio ha per visitare un museo".

"In base all'identità e alle motivazioni del vostro personaggio, cercate di dare forma alla visita al museo ideale per lui/lei. Per farlo, concentratevi sui bisogni".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

I gruppi target sono eterogenei. Tuttavia, è interessante prendere un personaggio che rappresenti una parte del gruppo per avere in mente il nostro pubblico. Questo ci aiuta a prendere in considerazione le loro esigenze durante la progettazione e lo svolgimento delle attività.

Conclusione

DURATA

10 min

MATERIALI

- Rappresentazione sulla lavagna digitale, che riporta due termometri, rispettivamente relativi a "Contenuto" e "Stile".
- Post it digitali
- Segnaposto (2 per ogni partecipante)

OBIETTIVO

Riprendere e riassumere i principali argomenti del modulo.

DESCRIZIONE

I partecipanti aggiungono informazioni ai pacchetti di ispirazione delle *persona* se ritengono che manchi qualcosa di importante.

Ai partecipanti viene inoltre chiesto di apporre un segnaposto digitale per valutare i due aspetti della giornata.

Il formatore lascia spazio a commenti e critiche e a tutto ciò che i partecipanti vorranno condividere. Dopo aver valutato i due aspetti della giornata, ovvero "Contenuto" e "Stile" i partecipanti possono condividere il loro feedback.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

I partecipanti devono avere il tempo di aggiungere informazioni alle loro *persona*. Se il tempo a disposizione è poco, si dovrebbe dare la priorità a questo aspetto.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Prendetevi un po' di tempo per rivalutare le motivazioni delle visite e i *persona* che avete realizzato prima. Se volete cambiare qualcosa, sentitevi liberi di farlo, con le nuove informazioni che avete raccolto. Aggiungetele sui post it digitali o direttamente nell'area corrispondente della lavagna digitale"

"Avete osservazioni che volete condividere, anche relative alle vostre emozioni e sui vostri pensieri emerse durante la formazione?".

"Come avete vissuto questa giornata? Mettete un adesivo sulla temperatura che corrisponde alla vostra valutazione".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Riflessione sui valori personali e comprensione dei valori altrui.

MODULO 3 – ACCOGLIERE E PARLARE

OBIETTIVO DEL MODULO

Il Modulo 3 affronta due aspetti fondamentali del lavoro di un explainer: la necessità di far sentire i visitatori e i partecipanti sicuri e benvenuti nei primi momenti di contatto e la necessità di parlare in modo chiaro e comprensibile. Entrambe le cose sono particolarmente importanti per il gruppo target della formazione, gli anziani e le persone con background migratorio, ma allo stesso tempo migliorano la qualità della visita di tutti i visitatori dei musei/centri scientifici.

CORSO D'AZIONE

Arrivo e benvenuto	20 minuti
Tagliare gli angoli	35 minuti
Bingo	25 minuti
Pausa	20 minuti
Facile da comprendere	40 minuti
Allenare il modo di parlare	55 minuti
Conclusione	15 minuti

Arrivo e benvenuto

DURATA

20 minuti

ATTREZZATURE

- Post-it digitali
- Collegamento diretto alle aree della lavagna digitale dove sono collocati appunti e annotazioni del Modulo 1 e 2.

OBIETTIVO

I partecipanti riprendono i punti importanti del Modulo 1 e 2 e il formatore introduce e definisce gli obiettivi del Modulo 3.

DESCRIZIONE

Il formatore divide i partecipanti in piccoli gruppi nelle breakout rooms chiedendo loro di creare un riassunto dei due moduli precedenti. Questi possono essere scritti come due o tre brevi frasi, copie di immagini o screenshot dalle lavagne dei giorni precedenti, o un'altra forma che ritengono appropriata.

Dopo qualche minuto, il formatore chiude le breakout rooms e i partecipanti ritornano in plenaria. Ciascun gruppo presenta il proprio riassunto e il formatore raccoglierà i riassunti **in un'area** dedicata della lavagna digitale. Se qualche punto importante è stato tralasciato, il formatore lo ricorderà ai partecipanti e lo aggiungerà. Il formatore **può aiutarsi facendo riferimento all' 'Obiettivo del modulo' 1 e 2.**

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Il formatore dovrà ascoltare attentamente ciò che i partecipanti ricordano per assicurarsi che non siano stati dimenticati o fraintesi i punti chiave (in particolare, l'eterogeneità del gruppo e la definizione di inclusione).

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Scegliete un modo per riassumere ciò che ricordate dei due moduli precedenti. Potete usare la modalità che più vi piace: un disegno, uno schema, un breve riassunto".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Ricordare i temi principali affrontati nei moduli 1 e 2.

Domanda del giorno: "Come creare uno spazio in cui i partecipanti si sentano a proprio agio con le regole e il linguaggio?".

Tagliare gli angoli

DURATA

35 minuti

MATERIALI

- Diversi fogli di carta sciolti (ad esempio carta da stampa A4) che ogni partecipante deve preparare a casa.
- Forbici, se necessario

OBIETTIVO

I partecipanti saranno in grado di spiegare come evitare difficoltà di comunicazione basate su percezioni diverse della stessa realtà.

La stessa informazione può essere compresa o intesa in modo molto diverso a seconda di chi la ascolta. Per evitare malintesi è necessario rendere più esplicite alcune regole.

DESCRIZIONE

Parte 1: Tutti spengono la webcam, compreso il formatore. Il formatore dà le istruzioni a voce.

Dopo aver ascoltato ed eseguito le istruzioni, i partecipanti riaccendono le webcam e confrontano i loro elaborati. Ci sono differenze? Se sì, ne viene discusso il motivo.

Parte 2: Il formatore divide i partecipanti in gruppi, creando le breakout rooms. Anche in questo caso, devono avere le telecamere spente. Possono parlare, ma non possono guardare o confrontare i loro lavori. Le istruzioni dell'inizio vengono anche copiate sulla lavagna digitale come riferimento. Successivamente, il formatore chiude le breakout rooms e si confrontano i risultati tra i diversi gruppi.

Alla fine dell'esercizio, i risultati probabilmente dimostreranno che discutendo (a lungo) tra loro, ciascun gruppo ha ottenuto risultati abbastanza simili. Poter confrontarsi consente maggiormente alle persone di intendersi e arrivare ad una comprensione dello stesso concetto.

Uno dei modi più efficaci per comprendere potrebbe essere quello di spiegare e mostrare: le spiegazioni non verbali sono importanti quanto quelle verbali e i supporti visivi sono sempre un vantaggio.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Assicuratevi che i partecipanti non parlino durante il primo turno, chiedendo loro di chiudere il microfono.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Parte 1:

"Prendete un pezzo di carta. Piegatelo. Tagliate un angolo. Piegare di nuovo il foglio. Tagliate un angolo. Piegare la carta. Tagliate un angolo". (per un totale di tre volte)

Parte 1: "Cosa avete sperimentato durante questa attività?"

Parte 2:

Il formatore ripete le istruzioni di prima. Dopo che l'esercizio è concluso:

"Come vi siete assicurati di aver capito la stessa cosa?"

"Quali strategie sono state determinanti e quali no? Potete confrontare le due parti dell'esercizio?"

"Che cosa avete imparato sulla comunicazione, ad esempio sul tempo necessario a comprendere e per gestire la comunicazione e sulle incomprensioni? "

"Pensate che i supporti visivi, ad esempio, grafici, istruzioni, ecc., possano aiutare nella comunicazione?".

"Anche se apparteniamo alla stessa cultura generale, possiamo avere una comprensione molto diversa del significato di qualcosa o di ciò che è implicito".

"Ora sappiamo quanto sia importante concentrarsi su ciò che dobbiamo comunicare e su come abbiamo maggiori probabilità di essere compresi".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

La comunicazione è difficile già quando si lavora all'interno della stessa cultura, in particolare quando riguarda la trasmissione di informazioni specifiche. Le difficoltà aumentano quando tra chi comunica non sono condivise e/o conosciute le usanze locali, le regole implicite o i modi di dire.

Bingo

DURATA

25 minuti

MATERIALI

- Griglie di bingo vuote ogni partecipante (3x3). Non è necessario che venga preparata in anticipo. Può essere facilmente disegnata al momento dell'attività.
- Una griglia grande sulla lavagna online (3x3)
- Presentazione delle attività di benvenuto in un'area dedicata della lavagna

OBIETTIVO

I partecipanti acquisiscono strategie per organizzare un momento di accoglienza e di benvenuto efficace, al termine del quale i visitatori sapranno cosa ci si aspetta dai partecipanti durante l'attività, si sentirà ascoltati dal resto del gruppo e dal formatore. Per i target group, che possono sentirsi esclusi dal museo, il momento di accoglienza è un momento cruciale. È importante far sentir loro a proprio agio.

DESCRIZIONE

1 - definire i criteri individualmente - 5 minuti

I partecipanti preparano su un foglio A4 una griglia vuota (3x3). Il compito è quello di scrivere, individualmente, un elemento per ogni casella, che ritengono importante per un momento di accoglienza di successo. Possono essere elementi che hanno già sentito durante i primi due moduli, elementi tratti da "Tagliare gli angoli" ma anche altri elementi necessari per far sentire le persone

sicure, benvenute e orientate. Devono tenere a mente le *persona* del Modulo 2, oltre che ricordare eventuali momenti di accoglienza che hanno vissuto in prima persona come visitatori.

2 - fare una sintesi collettiva dei criteri - 10 minuti

Il formatore attinge da un suo elenco di criteri preparati (si veda sotto). Ogni explainer che ritrova in una delle sue caselle il criterio letto dal formatore, la spunta. Il formatore scrive tutti i criteri menzionati in una grande scatola da bingo che tutti possono vedere. Chi ha completato per primo la propria scheda, grida "Bingo!" e "vince" il gioco. Se i partecipanti ritengono che tra i criteri che hanno inserito nella loro griglia ce ne siano alcuni importanti, non citati dal formatore, possono condividerle con il gruppo.

3 - fornire esempi di attività di accoglienza - 10 minuti

Il formatore fornisce esempi di attività che potrebbero essere utilizzate con i visitatori per introdurre l'attività o la visita o per rompere il ghiaccio (si veda sotto). Se il tempo lo consente, i partecipanti provano una o due delle attività.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

I criteri enunciati dovrebbero essere stati rispettati durante il momento di benvenuto della formazione. Assicuratevi che i partecipanti facciano un collegamento tra le esigenze specifiche e le fasi di accoglienza.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

1. Definire i criteri individualmente: "Pensando alla vostra *persona*, riempite ogni casella di questa griglia di bingo con un criterio che ritenete importante implementare al momento dell'accoglienza del visitatore".

2. Fare una sintesi collettiva dei criteri: "Confrontiamo i vostri rispettivi criteri".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Il momento dell'accoglienza è un momento cruciale per combattere la sensazione di "non fa per me". È importante per stimolare e coltivare il senso di appartenenza **dei visitatori all'istituzione**.

Un fattore di esclusione può risiedere nella percezione che siano necessari impliciti prerequisiti scientifici, culturali ed economici. Per affrontare questo problema è necessario renderli espliciti, dichiarando ciò che è permesso e/o proibito nel museo, durante la facilitazione, ciò che ci si aspetta dai visitatori e i vostri obiettivi.

L'esclusione dei gruppi target deriva anche dalla sensazione di non essere ascoltati o non rispettati. È bene che gli explainer utilizzino diversi modi di espressione: parlare, mostrare immagini o diagrammi e lasciare che le persone sperimentino o lavorino in modo creativo. L'atteggiamento del facilitatore deve contribuire all'inclusione. Deve assicurarsi che i visitatori che si esprimono siano ascoltati dal gruppo (riformulando ad alta voce per il gruppo, se necessario) e non siano ridicolizzati nei contenuti o nella forma. In questo modo si creano situazioni in cui le conoscenze, le esperienze e le attitudini dei visitatori vengono valorizzate.

Criteria

Per entrambi i gruppi target

- Il momento di benvenuto dovrebbe tenersi in uno spazio facile da trovare.
- Salutare i visitatori.
- Presentarsi: nome e funzione.
- Spiegare **in che luogo del museo ci si trova e dove si è diretti e/o dove si svolge l'attività** (se necessario, dove sono i servizi igienici).
- Indicare la durata della visita o della attività.
- Spiegare cosa si farà.
- Lasciare che si presentino, che condividano un'esperienza, etc.
- Spiegare le regole di conversazione (come parlare? quando? su cosa?).
- Chiarire cosa ci si aspetta dai visitatori: ascoltare, condividere esperienze e conoscenze, maneggiare oggetti, interagire con gli altri, etc.
- Stabilire un contatto visivo con i visitatori.
- Chiedere se ci sono domande o commenti.
- Spiegare **in che modo l'attività o la visita possono essere interessanti**.
- Informare sul livello di conoscenza della scienza richiesto.

Per gli anziani

- Informare sull'accessibilità, sulla disposizione delle aree dove ci si può sedere.
- Ripetere se qualcuno non sente o parlare con un tono di voce più alto.

Per i migranti

- Ripetere se qualcuno quando non riesce a comprendere
- Lasciare un po' di tempo ai visitatori per parlare e/o confrontarsi tra di loro nella propria lingua.

Esempi di attività di accoglienza

Narrazione di entrata (*Entrance narrative*): dopo aver presentato l'argomento generale dell'evento, l'**explainer** chiede ai visitatori di condividere una associazione personalmente **sull'argomento**. Può trattarsi di un ricordo, di un'esperienza, di una domanda o di un pensiero qualsiasi. Non ci sono risposte sbagliate, ma l'**explainer** deve ascoltare attentamente, per cercare di considerare e integrare **queste risposte nello svolgimento dell'attività che segue**. Se il gruppo è numeroso, può essere sufficiente chiedere a tutti di proporre una sola parola da associare all'argomento.

Questa attività consente di rompere il ghiaccio all'interno del gruppo e tra il gruppo e il facilitatore. È un modo rapido per raccogliere, anche se ad un livello non molto approfondito, gli interessi dei visitatori.

→ Questa attività viene esaminata in modo più approfondito nel Modulo 4 "Abbina gli angoli alle *persona*".

Prendi una posizione: ai visitatori viene chiesto di decidere tra due parole/categorie date **dell'explainer** e di prendere di conseguenza posizione a destra o a sinistra (ad esempio: "Preferisci il mare o la

montagna? Per il mare mettiti a sinistra, per le montagne a destra"). Dopo due o tre round, l'**explainer** ripete l'esercizio usando una coppia di parole che siano connesse al tema dell'attività o della visita. Nel mezzo, può essere interessante chiedere ad alcune persone di condividere – se lo desiderano – il motivo della loro decisione.

Nel caso in cui l'attività voglia essere provata online dai partecipanti: tutti hanno la webcam coperta (con un pezzo di carta o con la mano) o spenta. Il formatore fa un'affermazione (ad esempio "sono vegetariano") e le persone che sono d'accordo con essa o per le quali è vera anche questa affermazione rivelano i loro volti. Idealmente, alla fine, si può trovare qualcosa su cui tutti sono d'accordo, quindi tutte le telecamere vengono scoperte o accese.

Vicino o lontano: il facilitatore colloca a terra un oggetto connesso all'argomento della visita o dell'attività e chiede ai visitatori di posizionarsi intorno all'oggetto a seconda dei loro pensieri o delle loro emozioni: vicino all'oggetto, se stimola pensieri o riflessioni o sensazioni positive; lontano se crea associazioni o pensieri negativi. Quando tutti hanno definito dove collocarsi, l'**explainer** chiede ad alcuni visitatori perché hanno preso quella posizione. Una seconda fase, facoltativa, potrebbe essere quella di fornire ulteriori informazioni sull'oggetto e permettere alle persone di cambiare la propria posizione, se lo desiderano.

Nel caso in cui l'attività voglia essere provata online dai partecipanti: il formatore colloca al centro della lavagna digitale la foto di un oggetto. I partecipanti, ciascuno rappresentato dal proprio segnaposto digitale si collocano tanto vicino o tanto lontano dalla foto, quanto l'immagine suscita in loro sensazioni positive o negative.

Carte simbolo: ogni visitatore ha una carta con disegni (come le emoji) che può rappresentare "più lento", "più forte", "ho una domanda", "non sono d'accordo" oppure emozioni. L'**explainer** usa il momento di benvenuto per spiegarne che uso è possibile farne nell'attività, senza renderlo infantile.

Nel caso in cui l'attività voglia essere provata online dai partecipanti: molti strumenti di videoconferenza online sono già dotati di reazioni come applausi, pollici in su, pollici in giù, alzata di mano, ecc. Queste funzionalità possono essere presentate in anticipo ai partecipanti e utilizzate durante la riunione.

Gesti con la mano: si tratta di segnali gestuali, forme concordate che le persone fanno con le mani per comunicare in modo non verbale (ad esempio, "voglio parlare", "sono d'accordo", "non capisco", ecc). (cfr. Material Pack)

Nel caso in cui l'attività voglia essere provata online dai partecipanti: si veda quanto presentato nel Modulo 1.

Collaboriamo: l'**explainer** chiede ai visitatori cosa pensano sia permesso/vietato nel museo e durante le attività. Per fornire un contesto sicuro, sarà necessario insistere sulle regole che consentono a tutti di esprimersi senza giudizio (ad esempio, aggiungendo ciò che è vietato al mediatore: ridicolizzare, etc.). L'attività può concludersi verificando che queste regole siano accettate da tutti.

Fotolinguaggio: l'**explainer** propone una selezione di immagini e ogni partecipante deve scegliere quella che meglio rappresenta il museo o l'attività. Poi può spiegare la sua scelta. Questo può consentire di affrontare punti che non vengono spesso considerati in discussioni aperte. Se il gruppo è numeroso, la spiegazione può essere data in piccoli gruppi. Bisogna fare attenzione che le istruzioni

siano molto chiare, poiché questo tipo di attività potrebbe non essere diffuso e comune per alcune culture.

I punti in comune: per incoraggiare l'interazione tra i visitatori, si può proporre un'attività in cui ogni visitatore deve trovare 2 o 3 punti in comune con i suoi vicini più prossimi.

Nel caso in cui l'attività voglia essere provata online dai partecipanti: i partecipanti vengono uniti a coppie in breakout rooms. Dopo alcuni minuti, tornati in plenaria, ogni partecipante presenta al resto del gruppo la persona con cui ha lavorato evidenziando gli elementi in comune.

PAUSA - 20 MINUTI

Facile da comprendere

DURATA

40 minuti

MATERIALI

- Testo scientifico (la descrizione di un'attività, un testo espositivo, un estratto di un articolo scientifico).
- Testo di esempio a cui fare riferimento (facoltativo)

OBIETTIVI

I partecipanti acquisiscono familiarità con regole per un linguaggio facile da comprendere.

L'uso di queste regole di facilita la comprensione e limita l'esclusione.

DESCRIZIONE

Il formatore introduce le regole per rendere un'informazione o un testo facile da comprendere per tutti e fornisce un esempio di testo scritto che ne rispetta le regole. Ai partecipanti, a gruppi di tre divisi in breakout rooms, viene chiesto di modificare il testo che hanno ricevuto secondo le regole presentate. Il formatore e i partecipanti discuteranno poi in plenaria le modifiche che apporterebbero per rendere il testo più facile da capire. Ciascun gruppo lavora individualmente scrivendo la nuova versione del testo in un'area designata della lavagna digitale.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Controllate che le regole siano rispettate. Insistete sul fatto che non c'è un solo modo per rendere il testo più comprensibile e che il feedback dei destinatari è importante. Discutete di come questi aspetti possano essere utili anche nel caso della comunicazione verbale (non solo scritta).

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Utilizzando le regole, modificate il testo per renderlo più comprensibile".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Gli standard generali per un'informazione di facile comprensione sono stati concepiti per le persone con disabilità intellettiva, per i quali si rendono indispensabili. Ma sono utili anche per la maggior parte delle persone, favorendo la leggibilità di un testo e l'accesso ai contenuti.

Per rendere un testo facile da comprendere, vanno considerati i punti che seguono:

- Le informazioni sono disposte in un ordine facile da seguire e da capire?
- Le frasi sono brevi?
- I termini sono facili da capire?
- Le parole difficili sono spiegate chiaramente quando vengono usate?
- Il linguaggio utilizzato è il più adatto alle persone che utilizzeranno le informazioni?
- La stessa parola è utilizzata in tutto il documento per descrivere la stessa cosa?
- Quando è possibile, si usano frasi in forma affermativa, piuttosto che negativa?
- Si usano tempi verbali nella forma attiva, invece di quella passiva, ogni volta che è possibile?
- Ci sono esempi per illustrare idee complesse?
- Gli esempi sono tratti il più possibile dalla vita quotidiana?

Allenare il modo di parlare

OBIETTIVO

Esercitando regolarmente l'articolazione, il ritmo del discorso e la postura del corpo, gli explainer potranno essere in grado di parlare in modo più chiaro e comprensibile. Questo è particolarmente importante quando ci si relaziona con i visitatori che hanno difficoltà a sentire o a capire la lingua parlata. L'intera attività dura circa 55 minuti ed è suddivisa in cinque sezioni: introduzione, esercizi di riscaldamento, articolazione, tempo del discorso e postura del corpo.

1 - INTRODUZIONE

DURATA

10 minuti

MATERIALI

Bicchiere d'acqua

OBBIETTIVO

I partecipanti sono consapevoli del motivo per cui i visitatori anziani e i visitatori migranti traggono vantaggio da un discorso lento e chiaro.

DESCRIZIONE

Il formatore spiega perché i migranti e gli anziani traggono vantaggio da un'articolazione lenta e precisa dell'**explainer**. Si sottolinea cosa si intende per articolazione. Il formatore spiega che negli esercizi che seguono, verranno allenate queste abilità in modo che comprendano il potenziale dell'articolazione lenta e precisa.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Per svolgere al meglio questi esercizi è **avere a disposizione un bicchiere d'acqua** per prendersi cura della voce. Se i partecipanti hanno esigenza di bere durante lo **svolgimento dell'esercizio**, possono farlo liberamente.

È inoltre indispensabile che tutti i partecipanti tengano la webcam accesa.

Per prepararvi, potete guardare il video "Speech Training" di Elisa Andessner¹⁹.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

“Posizionare le dita in prossimità dell'articolazione della mascella.

Stringete il muscolo all'articolazione della mascella e cercate di respirare profondamente.

Respirate in questo modo può risultare difficile”.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Più l'**explainer** è chiaro e preciso, più è facile ascoltarlo/a. Potrebbero beneficiarne in particolare i migranti e gli anziani, ma queste abilità sono importanti per qualsiasi interazione con i visitatori.

Per alcuni potrebbe essere già molto impegnativo non essere in grado di capire ogni parola a causa di

¹⁹ cfr. Material Pack

deficit linguistici o di problemi di udito. Un'articolazione poco chiara sarebbe un ulteriore ostacolo che comprometterebbe la qualità del messaggio da trasmettere.

L'articolazione precisa e il ritmo del discorso sono legati tra loro. Negli esercizi che seguono, noteremo che un'articolazione precisa spesso si traduce in un ritmo di conversazione più lento e viceversa.

Che cos'è l'articolazione?

La pronuncia e la velocità del discorso fanno parte dell'articolazione. Essa riguarda come usare i muscoli e le ossa, gli "strumenti" per produrre i suoni. Con l'esperienza e l'allenamento, l'articolazione può diventare più precisa.

Gli "strumenti" **con cui si parla sono:**

- Tutti i muscoli del viso
- La lingua
- Le labbra
- La cavità orale
- La mandibola - il muscolo dell'articolazione deve essere rilassato per poter pronunciare chiaramente. Questo muscolo è collegato al respiro. Il respiro è un elemento centrale dell'articolazione.

Una buona articolazione non consiste nel fare movimenti esagerati con le labbra o la bocca. Si tratta di dare spazio e relax agli "strumenti" **con cui si parla**.

Altri vantaggi di una buona articolazione:

- Una pronuncia chiara indica sicurezza di sé.
- Una pronuncia chiara protegge la voce. Se si parla in modo chiaro, non è necessario parlare ad alta voce per essere capiti (un altro vantaggio nel parlare con gli ipoacusici).

2 - ESERCIZI DI RISCALDAMENTO

DURATA

5 minuti

OBIETTIVO

I partecipanti conoscono gli strumenti per la cura della voce.

DESCRIZIONE

Il formatore mostra gli esercizi e ne spiega lo scopo. I partecipanti dovranno avere il tempo per sperimentare l'esercizio dopo ogni istruzione.

Dopo gli esercizi di riscaldamento, il formatore chiede ai partecipanti quali sensazioni fisiche avvertono alla bocca, alla gola, alla lingua e alle guance, se avvertono una differenza dopo aver svolto gli esercizi.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Dimostrate personalmente ogni esercizio e date le istruzioni come spiegato nei video. Create un'atmosfera rilassata, aperta e seria. È normale sentirsi strani nei primi momenti per via dei movimenti da svolgere. **Insistete sulla serietà e sull'efficacia di questi esercizi e incoraggiate i partecipanti a non sentirsi ridicoli mentre si esercitano.**

Per prepararvi, potete guardare il video "Speech Training" di Elisa Andessner (sopra).

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Usare la lingua

“Fissate la punta della lingua dietro i denti incisivi inferiori. Spingete il resto della lingua (corpo della lingua) elastica il più possibile fuori dalla bocca mentre la mascella si apre ampiamente. Tornate alla posizione iniziale. Portate la testa leggermente indietro **mentre svolgete l'esercizio**”.

Ruotare la lingua

“Il giro della lingua è un esercizio classico per il viso. Attivate il muscolo nella zona delle labbra. Fate un cerchio con la lingua nell'area tra i denti e le labbra (cioè all'esterno della cavità orale) mentre la bocca è ben aperta, ma le labbra sono chiuse. Muovete la lingua in cerchi lenti e decisi dalla fila di denti inferiore alla guancia alla fila di denti superiore all'altra guancia e di nuovo al punto di partenza. Tracciate il cerchio tre volte in una direzione e tre volte nell'altra”.

Schiocco della lingua

“Schioccate la lingua più volte”.

Guance

“Riempite la bocca d'aria, in modo che le guance si gonfino. Fate pressione e poi rilassate le guance molto velocemente. Create un suono esplosivo”.

PLAPP

“Pronunciate la parola "PLAPP" in modo molto chiaro e sottolineate con forza l'ultima lettera "P". Aumentate la pressione e lasciate che l'ultima lettera "P" esploda. Appoggiate la mano sulla pancia per sentire il movimento del diaframma.”

È un riscaldamento molto efficace per il diaframma. Aiuta a evitare il mal di gola.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Poiché la voce dell'explainer è uno dei suoi strumenti professionali più importanti, deve sapere come prendersene cura. Nel parlare lentamente e chiaramente, l'apparato vocale è ancora più sollecitato. Si consiglia di riscaldare la voce prima di parlare e di rilassare l'apparato vocale con questi esercizi dopo un discorso più lungo o impegnativo.

3 – ARTICOLAZIONE

DURATA

15 minuti

MATERIALI

- Tappi di sughero (si possono acquistare tappi di sughero nei negozi di decorazione, nei negozi di artigianato o su internet)
- Un testo da leggere (ad esempio una poesia)

OBIETTIVO

I partecipanti apprendono alcuni metodi per allenare un'articolazione precisa.

DESCRIZIONE

Il formatore introduce e mostra l'esercizio del tappo di sughero. I partecipanti vengono divisi in coppie in breakout rooms per l'esercizio. Dopo, in una situazione di plenaria si chiede loro di parlare delle esperienze fatte. Hanno sentito qualche differenza prima e dopo aver parlato con il tappo in bocca? Hanno sentito qualche differenza? Aggiungete una spiegazione sullo scopo dell'esercizio.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

I partecipanti non devono inserire il tappo troppo all'interno della bocca.

Per prepararvi, potete guardare il video "Speech Training" di Elisa Andessner (sopra).

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Parlare con il sughero

“Guardate il testo che è stato reso disponibile sulla lavagna digitale. Leggete 6-8 righe ad alta voce”.

“Leggete le stesse righe con il tappo di sughero tra gli incisivi. Cercate di articolare nel modo più preciso possibile. Ora leggete gli stessi versi una terza volta, questa volta ancora senza tappo”.

“Prendete consapevolezza della sensazione che sentite. Il partner che non sta parlando in quel momento osservi le differenze. Poi **invertitevi e fate lo stesso**”.

“Leggete solo alcune righe con il tappo tra i denti! Leggere di più sarebbe troppo impegnativo per la mascella.”

Alternativa 1

Al posto del tappo, i partecipanti possono usare il pollice tra i denti anteriori. È tuttavia consigliabile utilizzare il tappo di sughero, che è un po' più efficace data la maggiore dimensione. Usare il pollice può essere una alternativa valida se non si ha a disposizione un tappo di sughero.

Alternativa 2

“Leggete un paragrafo di un testo ad alta voce mettendo la punta della lingua direttamente dietro i denti superiori sul palato”.

“Immaginate di avere un chicco di riso proprio in questo punto e di "tenerlo" con la punta della lingua. Il chicco di riso immaginario non deve cadere mentre si parla. La grande differenza è che potete muovere la mascella”.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

L'esercizio del tappo di sughero è piuttosto conosciuto, soprattutto in ambito teatrale. Il suo scopo è quello di ottenere un'articolazione più precisa e che lo spazio di risonanza della bocca e della faringe si allarghi dopo l'esercizio. La voce diventa più piena, più alta, più espressiva e più forte. La mimica facciale diventa più espressiva, il ritmo di parola più lento.

È utile fare questo esercizio regolarmente. Se si pratica da soli, può essere utile registrarsi per sentire la differenza. Se si esegue l'esercizio una volta, la sensazione successiva può rimanere per circa mezz'ora. Facendo l'esercizio regolarmente, l'effetto è più duraturo.

Se non si ha un testo a mano, si può anche pronunciare qualsiasi frase.

4. RITMO DEL DISCORSO

DURATA

20 minuti

MATERIALIE

Materiali illustrato (fogli, disegni, foto, immagini) che ciascun partecipante ha a disposizione. In alternativa è possibile utilizzare le immagini dell'attività 'Fotolinguaggio' impiegate nel Modulo 1 e già disponibili nella lavagna digitale.

OBIETTIVO

I partecipanti apprendono l'importanza di parlare più lentamente e come farlo.

DESCRIZIONE

Il formatore ribadisce la ragione per cui i gruppi target traggono beneficio da un explainer che parla a un ritmo più lento. Vengono introdotti i principi della 'verbalizzazione del pensiero' e del 'discorso libero'.

'Discorso libero'

Ogni partecipante sceglie tre immagini dalla selezione di carte/immagini. L'esercizio consiste in tre parti. Il formatore introduce e mostra la prima parte dell'esercizio all'intero gruppo. Poi, divide i partecipanti in breakout rooms e lascia che sperimentino la prima parte dell'esercizio a coppie. I

partecipanti tornano in plenaria e il formatore spiega la seconda parte dell'esercizio. Terminata anche questa parte, il formatore spiega la terza parte e le coppie tornano nelle breakout rooms.

Infine, in una situazione di plenaria, il formatore chiede ai partecipanti di condividere.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Per prepararvi, potete guardare il video "Speech Training" di Elisa Andessner.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Verbalizzazione del pensiero - prima parte:

“Scegliete un'immagine. Mostrate la foto al vostro partner. Parlate "dell'immagine" e seguite gli input scatenati dalle immagini. Possono essere associazioni, descrizioni, ecc. I vostri pensieri possono svilupparsi durante la conversazione. Prendetevi il tempo necessario e concedetevi delle pause di riflessione. Fate una pausa invece di dire "äääh". Parlate per circa un minuto e mezzo. Poi è il turno del/della partner”.

Verbalizzazione del pensiero - seconda parte:

“Mostrate un'altra carta al vostro compagno. Parlate di nuovo "dell'immagine". Questa volta concentratevi sulla creazione frasi brevi e semplici. Poi è il turno del/della partner”.

Verbalizzazione del pensiero - terza parte:

“Mostrate un'altra carta al vostro compagno (la terza). Questa volta concentratevi sui punti alcuni punti di riferimento mentre parlate. L'obiettivo è arrivare alla fine del discorso. Mettete un punto fermo abbassando la voce alla fine della frase. Continuate a costruire frasi brevi e semplici. Poi è il turno del/della partner”.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Un ritmo di parola e le pause adeguate danno al pubblico il tempo di "assorbire" il messaggio che ascoltano. I migranti e gli anziani traggono vantaggio da un ritmo di discorso più lento e da pause ben collocate nel flusso del discorso, in quanto possono utilizzare il tempo per trovare dei riferimenti tra le nuove informazioni e le loro conoscenze esistenti. È importante per entrambi, migranti e anziani, avere la possibilità di costruire questi ponti, poiché la loro visione del mondo potrebbe essere diversa da quella rappresentata nel science centre o nel museo.

"Verbalizzare il pensiero" significa svolgere l'azione (di parlare) nello stesso momento in cui si formano il pensiero e il sentimento. Si tratta di essere in grado di PENSARE con la VOCE. La verbalizzazione del pensiero avviene naturalmente quando, ad esempio, si parla con una persona con cui si è in confidenza (un amico, un parente, il partner) parliamo con un amico. Con la verbalizzazione del pensiero, i visitatori in grado di seguire più facilmente l'oratore.

Per articolare un discorso secondo i principi del 'discorso libero' è necessario:

- Parlare come si parla nella vita quotidiana. Chi ascolta solitamente non apprezza molto il linguaggio 'da oratore'. È più facile catturare l'attenzione e essere seguiti quando non si parla in modo complicato.
- Costruire frasi brevi e concise, per essere più comprensibili.
- Il discorso dovrebbe essere proposto in porzioni piccole e comprensibili per l'ascoltatore.

Vantaggi delle frasi brevi:

- Le frasi brevi rendono più concreta un'affermazione.
- È possibile modificare facilmente l'ordine delle informazioni.
- Si concede una pausa (ugualmente utile per chi parla e per chi ascolta).
- È possibile dare dinamicità al discorso, costruire punti di tensione e momenti più distesi.
- L'ascolto diventa più facile.
- " Essere in grado di fermarsi" è un elemento positivo quando ci si rivolge ad un pubblico. Parlare tanto non significa necessariamente parlare bene.
- Le persone che non fissano punti di riferimento nel loro discorso, spesso non riescono a dare una direzione efficace al messaggio che vogliono trasmettere.

Quando è utile utilizzare queste strategie?

Le situazioni utili sono, ad esempio, le seguenti:

- Quando l'argomento di cui si vuole trattare è davvero importante
- Quando l'argomento di cui si vuole trattare è qualcosa di difficile o complicato
- Quando si vuole mostrare autorevolezza e competenza rispetto ad un tema

5 - POSTURA DEL CORPO

DURATA

5 minuti

OBIETTIVO

I partecipanti diventano consapevoli del ruolo linguaggio del corpo e della postura nell'orientare il pubblico.

DESCRIZIONE

I partecipanti si alzano in piedi, il formatore spiega l'esercizio e il suo obiettivo e il gruppo lo sperimenta.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Svolgere questo esercizio da remoto potrebbe essere complesso. Cercate di sistemare il pc o la vostra webcam in modo tale da inquadrare quanto più possibile la vostra figura intera, in modo che siano chiari e ben visibili i vostri movimenti.

Prima di proporre l'attività, verificate che nessuno abbia problemi di equilibrio o di mobilità che gli/le impediscano di mantenere una posizione eretta. Verificate che tutti, dal luogo da cui sono collegati, abbiano la possibilità di alzarsi e svolgere l'esercizio.

Se non è possibile svolgere l'esercizio per qualche ragione, limitatevi a presentarlo (senza dimostrazione) ai partecipanti attraverso il video.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Posizione eretta dinamica

“Entrambe le piante dei piedi poggiano a terra con il peso uniformemente distribuito su entrambi i piedi. Sollevate la parte superiore del corpo e la gabbia toracica.

State in piedi come un surfista, flessibili, mobili, con i piedi divaricati della larghezza dei fianchi, disponendovi come se doveste essere pronti ad avanzare in qualsiasi momento. Sentite una tensione speciale nel vostro corpo. Questa tensione è perfetta per parlare, come se dicesse: “Sono pronta/o a comunicare, sono pronta/o a reagire!”

Le ginocchia non sono bloccate né troppo piegate: sono leggermente incurvate. Il bacino è mobile. Tenete una postura del corpo aperta e chiara, evidentemente rivolta verso il pubblico. Le mani e i gesti si muovono anche verso il pubblico. Evitate le torsioni del corpo! State in piedi come se poteste reagire in qualsiasi momento, come se poteste muovervi in qualsiasi momento. Questo è un atteggiamento comunicativo!”

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Se si parla in pubblico, è bene assumere una posizione “di evidenza”. Questo atteggiamento mette in evidenza che il “palco” è ora dell'explainer. Le persone del pubblico sanno automaticamente che è il momento di ascoltare o guardare. Questo consente al pubblico di essere orientato rispetto ai diversi momenti della visita o dell'attività. È molto utile utilizzare modalità comunicativa per guidare e concentrarsi sulle persone con problemi di linguaggio o di udito.

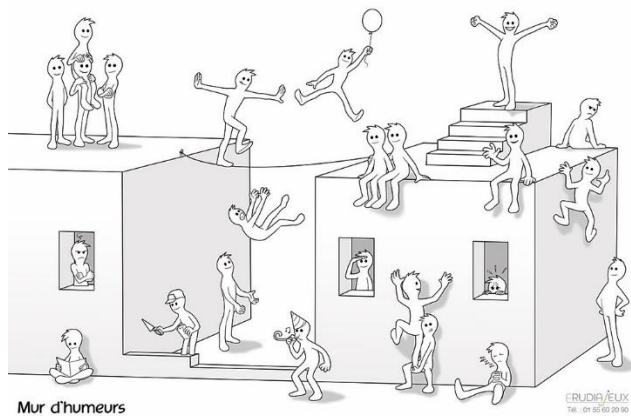
Conclusione

DURATA

15 minuti

MATERIALI

- Immagine riportata sotto, posizionata nella lavagna digitale
- Segnaposto digitali



Vignetta disegnata da Erudia Jeux²⁰

OBIETTIVO

Ai partecipanti viene chiesto di considerare ciò che hanno imparato durante il Modulo 3 e come si sentono rispetto alle nuove esperienze e alle nuove informazioni.

DESCRIZIONE

Il formatore riassume brevemente il Modulo 3 e i punti discussi. Ai partecipanti viene poi chiesto di mettere un adesivo sulla posizione che meglio riflette il loro attuale stato emotivo alla fine del modulo: sono felici, motivati, curiosi, esausti, confusi, ...? Ad ogni partecipante viene poi chiesto di spiegare brevemente (una o due frasi) la propria scelta.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Il formatore ascolta i punti sollevati dai partecipanti e sottolinea i punti chiave trattati nel modulo 3.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Scegliete una rappresentazione che esprima come vi sentite ora alla fine del modulo. Per favore, spiegate brevemente la vostra scelta".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Si vedano gli obiettivi di ogni attività.

²⁰ Illustrazione: <https://serious-games.com/wp-content/uploads/2020/11/agile-mur-humeur.png>

MODULO 4 - RILEVANZA

OBBIETTIVO DEL MODULO

Il Modulo 4 prende in considerazione il principio della rilevanza, e la sua messa in pratica, come chiave per la facilitazione inclusiva. Vengono fornite strategie per creare esperienze personalmente rilevanti per i visitatori anziani e migranti.

SVOLGIMENTO

Elevator Pitch	25 minuti
Mappa concettuale sulla "Rilevanza"	30 minuti
Pausa	15 minuti
La rilevanza in pratica	40 minuti
Abbina gli angoli alle <i>persona</i>	40 minuti
Pausa	10 minuti
Le caratteristiche della facilitazione inclusiva e il ruolo degli explainer	60 minuti
Conclusione	20 minuti

Elevator Pitch

DURATA

25 minuti

MATERIALI

- Appunti e note dei partecipanti e del gruppo presi durante i 3 moduli precedenti
- Collegamento alle aree della lavagna online relative ai 3 moduli precedenti

OBBIETTIVO

I partecipanti riprendono i concetti fondamentali dei moduli 1,2 e 3.

DESCRIZIONE

Il gruppo viene diviso in 3 sottogruppi in breakout rooms (indipendentemente dal numero complessivo dei partecipanti). Ogni sottogruppo si prepara a "presentare" i concetti fondamentali di uno dei moduli precedenti nello stile di un "elevator pitch". Per la preparazione i partecipanti possono ricorrere agli appunti personali o il materiale di presentazione che il formatore ha messo a disposizione sulla lavagna digitale. (riflessioni comuni, ecc.). Sono previsti 5 minuti per la preparazione. Ogni sottogruppo individua una persona che presenta il riassunto, 2 minuti ciascuno, una volta tornati in plenaria.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Se la formazione si svolge unendo i moduli a 2 a 2 (moduli 1 e 2 in una stessa giornata, moduli 3 e 4 in un'altra giornata) questa attività può essere saltata.

Prestate attenzione all'atmosfera generale tra i partecipanti, in modo che i tre relatori si sentano a proprio agio durante l'esercizio. Durante i 2 minuti di presentazione, i relatori devono avere la piena attenzione di tutti i presenti.

Tenete d'occhio la gestione del tempo. Il limite di tempo (di 2 minuti) è una delle caratteristiche principali dell'elevator pitch. Rispettarlo rende l'attività emozionante (e contribuisce ad una corretta gestione del tempo dell'intero modulo).

Se necessario, utilizzate un cronometro visibile a tutti per monitorare il tempo: <http://online-stopwatch.chronme.com/>.

Se vi accorgete che manca qualcosa tra i concetti fondamentali, potete intervenire alla fine del discorso sollecitando ulteriori riflessioni per arrivare al punto.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

Preparazione:

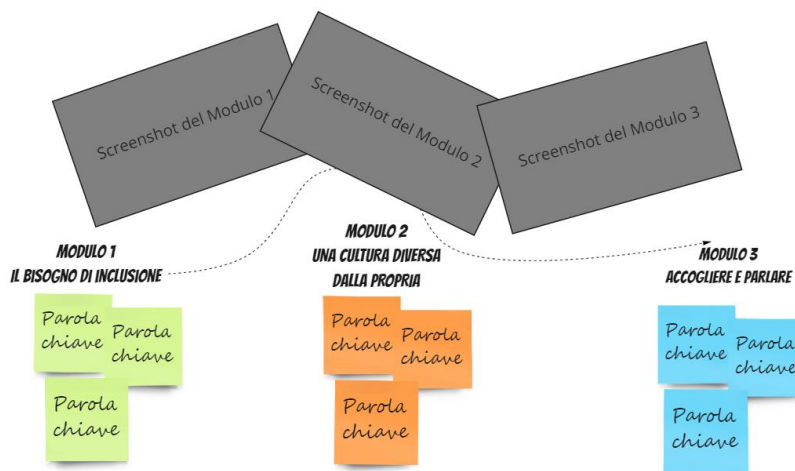
Il formatore divide i partecipanti in 3 gruppi, introduce l'esercizio e spiega che cos'è l'*elevator pitch*.

"Riassumete con le vostre parole e utilizzando i vostri appunti i concetti fondamentali del modulo di questa formazione che vi è stato assegnato. Avete esattamente 5 minuti per prepararvi nelle breakout rooms. Decidete chi del vostro gruppo sarà il relatore. Tornati in plenaria avrete 2 minuti esatti per **presentare il vostro resoconto agli altri gruppi**".

"Durante il riassunto, assicuratevi di impiegare bene il tempo a disposizione: pensate a come adattare il vostro discorso, tenendo conto del target a cui parlate (in questo caso: i vostri colleghi). Lavorate sulla sintesi e seguite una struttura semplice e lineare: introduzione - problema - soluzione. Per essere sicuri di essere brevi ed efficaci, utilizzate parole chiave".

ELEVATOR PITCH

ONLINE STOPWATCH - CHRONOMETER (CHRONIME.COM)



Esempio di lavagna digitale

CONTENUTO DA TRASMETTERE

I partecipanti riepilogano i punti chiave dei moduli svolti sinora

Elevator pitch:

Un *elevator pitch* è una spiegazione molto breve del concetto generale di un'idea, un argomento, un prodotto, ecc. L'obiettivo è renderlo comprensibile in un tempo molto breve, come la durata di un viaggio in ascensore (da qui il nome, *Elevator Pitch*, letteralmente *lancio* – nel senso di *proposta* – in *ascensore*). Esistono diverse versioni sulla nascita e l'evoluzione del termine. Parrebbe che la sua origine sia legata alla storia di un impiegato che ha utilizzato il tempo di una corsa in ascensore condivisa per convincere un investitore solitamente difficile da avvicinare (o forse un fondatore o un dirigente della sua compagnia), del valore della propria idea e per ottenere il suo sostegno.

Perché il *lancio* dell'idea sia efficace, la presentazione deve essere entusiasmante e coinvolgente.

Mappa concettuale sulla rilevanza

DURATA

30 minuti

MATERIALI

Mappa concettuale della rilevanza (si veda oltre)

OBIETTIVO

I partecipanti comprendono il concetto di rilevanza descritto da Nina Simon e come può essere utilizzato per implementare una facilitazione inclusiva.

DESCRIZIONE

Il formatore introduce l'argomento del modulo: il concetto di rilevanza.

Viene presentato l'argomento e viene fornita una definizione di rilevanza. Gli aspetti della definizione vengono discussi nel gruppo con l'aiuto di alcuni esempi.

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Sebbene i concetti più importanti siano riportati qui di seguito, si consiglia di leggere integralmente capitolo del libro di Nina Simon "The Art of Relevance" per prepararsi a condurre questa unità. È possibile trovarlo online sul suo blog (disponibile sono in inglese): "*Meaning, Effort, Bacon - The Art of Relevance*".²¹

CONTENUTI DA TRASMETTERE

La rilevanza è un tema fondamentale quando si parla di equità e di inclusione nei musei contemporanei.

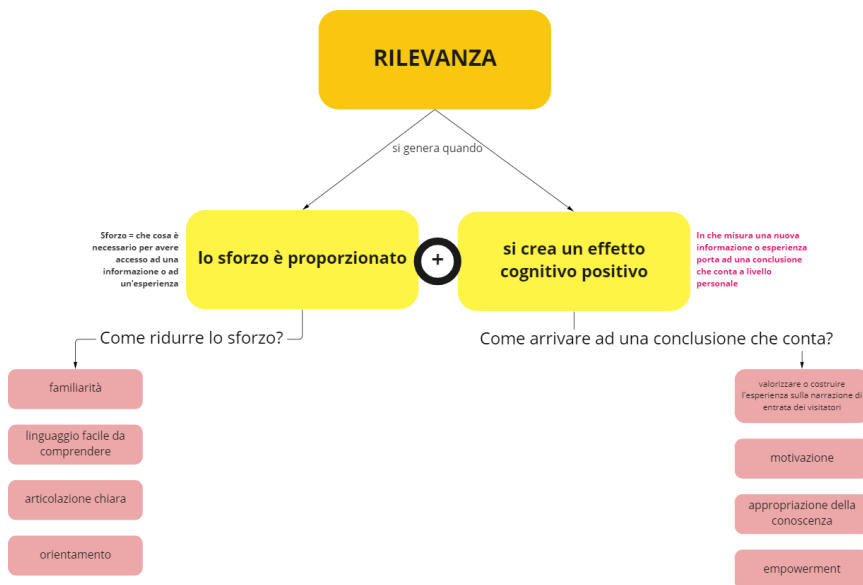
Gli adulti devono trovare qualcosa di personale in (qualsiasi) processo o esperienza di apprendimento, che li motivi ad impegnarsi cognitivamente e che li faccia sentire coinvolti.

Nel contesto di un museo scientifico, per cercare di combattere la sensazione che "questo non è per me", ogni esperienza dovrebbe coinvolgere il pubblico in prima persona, agganciandosi a qualcosa che sta a cuore ai visitatori, a qualsiasi esperienza di vita precedente o a nuove conoscenze che potranno essere spendibili nella vita quotidiana.

In questo modo, le persone proveranno una sensazione di empowerment e sentiranno di avere una voce "scientifica".

²¹ Blog: <http://www.artofrelevance.org/2017/06/06/meaning-effort-bacon/>

1. Che cos'è la rilevanza?



Mapa concettuale sul principio della rilevanza. Combina la definizione di rilevanza proposta da Nina Simon in *The Art of Relevance*²² con alcuni strumenti e strategie presentate in questo corso di formazione.

Tratto da Nina Simon: *Something Old, Something New - The Art of Relevance*²³

"Deirdre Wilson e Dan Sperber sono scienziati cognitivi che hanno descritto la rilevanza come qualcosa che "produce un effetto cognitivo positivo". Sono i principali teorici del tema della rilevanza e studiano il modo in cui trasmettiamo e riceviamo le informazioni, soprattutto attraverso il linguaggio. Sostengono che ci sono due criteri che rendono le informazioni rilevanti:

- La probabilità che le nuove informazioni stimolino un "effetto cognitivo positivo", ossia che producano nuove conclusioni importanti per chi le accoglie (questo non significa che la rilevanza sia legata solo a cose "buone". "Effetto cognitivo positivo" significa che aggiunge qualcosa a una decisione, che è utile).
- Quanto sforzo è necessario per ottenere e assorbire le nuove informazioni. Minore è lo sforzo, maggiore è la rilevanza.

Una delle maggiori critiche a questa formalizzazione è relativa alla questione della familiarità, ovvero o detrattori sostengono che 'produrre' rilevanza significhi sminuire le informazioni, dando alle persone solo "ciò che vogliono". Avendo la possibilità di scegliere, i fruitori sceglierebbero sempre di consumare informazioni legate a ciò che già conoscono.

Questa argomentazione è eccessivamente semplicistica. Ignora la realtà: tutti sperimentano qualcosa di nuovo ogni tanto. La maggior parte lo fa con entusiasmo e piacere, non con dolore. Quindi, cosa differenzia le circostanze si sceglie la familiarità da quelle in cui si sceglie ciò che è nuovo? Come si inserisce la rilevanza in queste decisioni?

²² Simon, Nina: *The Art of Relevance*. Museum 2.0, California 2016

²³ Nina Simon: *Something old, something new - The Art of Relevance*. La traduzione italiana di questo passaggio è stata realizzata nel contesto di questo progetto.

<http://www.artofrelevance.org/2017/10/06/something-old-something-new/>

I teorici della rilevanza sostengono che la natura fondamentale della rilevanza non riguarda la familiarità. Non si tratta di collegare qualcosa di nuovo con informazioni già in possesso. Si tratta della probabilità che le nuove informazioni portino a conclusioni importanti per chi le accoglie. Rispondere a una domanda che si ha in mente, confermare un sospetto, realizzare un sogno, definire il proprio percorso."

"D'altro canto, rilevanza è inversamente correlata allo sforzo. Più qualcosa è difficile da capire o da collegare, meno rilevante sembrerà. Ed è qui che la familiarità entra in gioco: riduce significativamente lo sforzo. Quando si è già fatto qualcosa, si è già creato un collegamento ed è molto, molto più facile rifarlo. La familiarità incoraggia la ripetizione di esperienze già svolte. Offre alternative allo sforzo e al rischio che comporta provare cose nuove.

Forse non si desidera o cerca ciò che è familiare, ma ci si accontenta di un modo sicuro per generare una ragionevole quantità di soddisfazione. Si torna in *quel* ristorante. Si legge un altro romanzo di *quell'autore*. Tuttavia, quando si riconosce qualcosa di nuovo che potrebbe dare un senso al cambiamento senza grandi sforzi, ecco che si cambia".

Lo sforzo necessario per accedere a un'informazione (o a un'esperienza) e la potenza della conclusione che ne deriva devono essere proporzionati per creare qualcosa che sia percepito come rilevante:

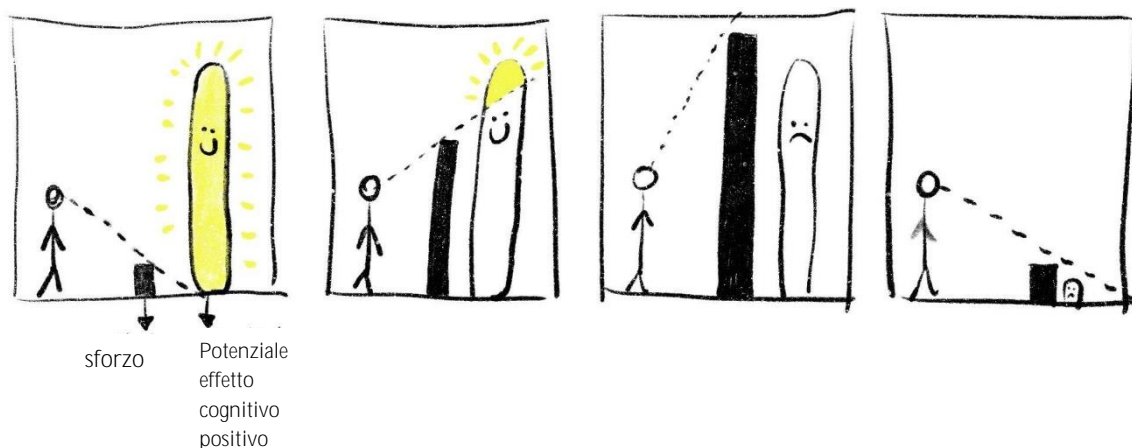


Figura 1: lo sforzo è basso e l'effetto cognitivo positivo diventa molto evidente. L'informazione è rilevante. Figura 2: lo sforzo è elevato, ma il potenziale effetto cognitivo positivo è così importante che può ancora essere significativo. L'informazione è rilevante. Figura 3: lo sforzo è estremamente elevato e, sebbene l'effetto cognitivo positivo sarebbe importante come nella figura 2, non si vede. L'informazione non è percepita come rilevante. Figura 4: lo sforzo è molto basso e, sebbene l'informazione sia facilmente accessibile, non è rilevante, perché non produce un effetto cognitivo positivo. Figura 1: lo sforzo è basso e l'effetto cognitivo positivo diventa molto evidente. L'informazione è rilevante.

2. Esempi dell'effetto dello sforzo alto/basso:

Tratto da Nina Simon

"Immaginate di voler andare a vedere un film. Iniziate a cercare informazioni pertinenti. Leggete una recensione che vi entusiasma per un determinato film (un effetto cognitivo positivo). Vi sentite sicuri che quel film vi piacerà. Se il film viene proiettato in un orario comodo in un cinema vicino a casa vostra (sforzo ridotto), siete pronti. Comprate il biglietto.

Ma se il film non viene proiettato nelle vicinanze (sforzo elevato), o se le recensioni lette sono contrastanti e piene di informazioni confuse (effetto cognitivo negativo), si è bloccati. Non si ottengono le conclusioni utili che si cercano. Ci vuole troppo sforzo per trovare la chiave giusta. Si rimane a casa.

Soddisfare bene questi due criteri può fare un'enorme differenza nel modo in cui le persone rispondono alle informazioni. Nel 2015 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha pubblicato uno studio che dimostrava che le carni lavorate, come la pancetta, il prosciutto e le salsicce, sono tra i primi cinque prodotti più cancerogeni, insieme a *killer* affermati come le sigarette e l'amianto.

Quando ho visto per la prima volta questa notizia, sono rimasta sconcertata. Io e mio marito siamo vegetariani e da anni leggiamo studi come questo. Le più importanti organizzazioni sanitarie internazionali sostengono da decenni che una dieta priva di carne è fondamentale per la salute umana (per non parlare della riduzione dell'impatto del cambiamento climatico).

Ho pensato che questo studio del 2015 avrebbe avuto lo stesso impatto di tutti gli altri. Vegetariani e vegani li avrebbero circolare, li avremmo proposti con esitazione ai nostri amici e familiari che mangiano carne, aspettandoci un misto di disinteresse, incredulità e derisione. E poi ognuno sarebbe tornato a mangiare ciò che mangia e a credere in ciò che crede.

Ma lo studio del 2015 è stato diverso. È esploso su Facebook. Ha generato migliaia di notizie, non solo su siti di salute e di cibo e cucina, ma anche su testate giornalistiche di alto e basso livello, giornali nazionali, pagine economiche, riviste di tecnologia, editoriali, blog.

Sono entrata nello studio del dentista una settimana dopo l'uscita dello studio e l'igienista che mi ha pulito i denti mi ha detto che la storia aveva ispirato lei e suo figlio adolescente a smettere di mangiare carne. Avevo passato anni a lottare per convincere le persone che amo a discutere dell'impatto del consumo di carne, e un comunicato stampa aveva motivato la sua famiglia a smettere del tutto.

Sono rimasta a bocca aperta. Com'è possibile che uno studio, che dimostra esattamente ciò che molti altri studi importanti hanno dimostrato, abbia avuto un impatto così forte?

Considerate lo studio del 2015 nel contesto della teoria della rilevanza. Lo studio ha messo in relazione due cose importanti per gli americani nel 2015: il bacon e il cancro. Sono entrambi argomenti **decisamente 'emotivi'**. Come nazione, amiamo il bacon e lo mangiamo ogni volta che possiamo. Odiamo il cancro e lo evitiamo per quanto è in nostro potere.

Quando uno studio collega qualcosa che amiamo a qualcosa che odiamo, produce una conclusione che ci interessa. Il primo criterio di rilevanza è quindi soddisfatto. La ricerca crea un nuovo sorprendente ponte tra due cose che ci interessano. L'appetitoso sfrigolio della pancetta su una padella. Il dolore che abbiamo provato quando nostra zia ha fatto la chemio. È impossibile non provare un "effetto cognitivo" quando si legge di questa ricerca, sia che si arrivi a una conclusione di angoscia, sia che si decida di cambiare, sia che si arrivi a una via di mezzo. L'effetto può non essere "positivo" per come ci si sente (non ci si sente bene), ma è "positivo" perché aggiunge informazioni alle nostre riflessioni, alle decisioni da prendere.

Si potrebbe affermare che qualsiasi studio sull'impatto del cibo sulla salute è rilevante per tutti noi. Dopo tutto, tutti mangiamo. Ma questa rilevanza ha senso solo se produce una conclusione importante per voi. E se il bacon improvvisamente ha il sapore del dolore di vostra zia che muore di cancro..."²⁴

Nel contesto dei science centre o dei musei scientifici, lo sforzo **nell'aver accesso ad una informazione** o ad una esperienza può essere ridotto e limitato grazie alle abilità di **dell'explainer**, su cui ci si concentra in questo corso di formazione, ad esempio, nel Modulo 3. Parlare in modo chiaro e comprensibile e fornire un orientamento di base sull'ambiente: questi elementi riducono lo sforzo necessario a partecipare alle attività proposte. Per alcuni, potrebbero addirittura eliminare barriere altrimenti insormontabili. Anche la creazione di ponti verso aspetti familiari di un argomento aiuta.

Ma come si può evocare una "conclusione che conta"? Uno strumento molto potente è la Narrazione di entrata, di cui si è accennato nel Modulo 3 (Bingo) e che verrà approfondita in "Abbina gli angoli alle *persona*" in questo modulo. In breve, si tratta di capire in che modo un partecipante si avvicina all'esperienza (con che struttura mentale, con quali interessi e riferimenti).

Questo va di pari passo con i tre principi chiave: la motivazione, la appropriazione della conoscenza e l'empowerment, fattori che possono contribuire a far emergere una "conclusione che conta", ovvero rilevante.²⁵

Nessun effetto cognitivo positivo può sorgere senza la motivazione, che spinge a partecipare ad una esperienza. I partecipanti hanno priorità e motivazioni complesse e proprie. Questo aspetto accade che venga spesso sottovalutato o trascurato, con il rischio di imporre le priorità e le motivazioni dell'istituzione a discapito di quelle del visitatore. Di contro, quando si permette ai partecipanti di definire il motivo del loro interesse, il formatore può reagire e basarsi su questa vera motivazione per costruire o valorizzare un'esperienza che diventi rilevante.

Per percepire una conoscenza come rilevante, è necessario farla propria. La parola conoscenza, in questo caso, abbraccia un'ampia varietà di significati: quando si tratta di esperienze di apprendimento informale, il risultato di un'esperienza non è sempre una nuova informazione, **ma è l'esperienza** – o una parte di essa – che diventa essa stessa conoscenza (su nuove persone, su un nuovo argomento, su una nuova situazione o sensazione). Offrire la possibilità di appropriarsi di un nuovo elemento di conoscenza – in contrasto con la percezione che **qualcun altro 'detenga' la conoscenza** e il visitatore sia solo uno spettatore – significa rispettare il fatto che **ciò che i visitatori traggono da un'esperienza al museo, non è in potere dell'istituzione**. Tornando ad esempio al brano di Nina Simon sul bacon, significa permettere ai lettori di quella ricerca di percepire la nuova conoscenza sul bacon come propria. Raccontando di quel report ad un amico, i lettori possono aggiungere le proprie associazioni e il proprio contesto e presentare l'intero pacchetto come propria opinione o conoscenza e non come quella dell'autore.

²⁴ Nina Simon: *Meaning, Effort, Bacon - The Art of Relevance*. La traduzione italiana di questo passaggio è stata realizzata nel contesto di questo progetto. <http://www.artofrelevance.org/2017/06/06/meaning-effort-bacon/>

²⁵ Questa parte sulla motivazione, l'appropriazione della conoscenza e l'empowerment è ispirata al capitolo intitolato "Motivation, ownership, and empowerment: letting the audience define the relevance of the message" in: *Listening and empowering children and young people in science and society*, TRACES, 2015. <https://eucu.net/wp-content/uploads/sites/8/2019/03/sis-catalyst-l-e-toolkits-textbook.pdf>

Infine, la motivazione e l'appropriazione della conoscenza dovrebbero portare alla possibilità di capire e scegliere a cosa è utile questa conoscenza. È a questo punto che si parla di empowerment. Le persone utilizzano le conoscenze acquisite durante le loro esperienze per servire scopi che potrebbero essere molto diversi da quelli che ha in mente chi progetta o facilita l'esperienza. Attraverso l'empowerment, la nuova conoscenza diventa rilevante in termini personali, aiutando così a valorizzare le priorità e le motivazioni del visitatore piuttosto che dell'istituzione che offre l'esperienza o del facilitatore che la media. Per uno explainer questo significa essere flessibile e lasciare un po' di spazio per reagire agli impulsi del gruppo.

PAUSA - 15 MINUTI

La "Rilevanza" in pratica

DURATA

40 minuti

MATERIALI

- Appunti e documenti dei moduli precedenti (in particolare gli ostacoli presi in considerazione nel Modulo 1)
- Collegamento diretto all'area della lavagna digitale relativa ai profili delle *persona* dell'attività del Modulo 2 *Le persona: focus sui bisogni*

OBIETTIVO

Gli explainer si esercitano per essere in grado di riconoscere gli elementi di un'attività, di una mostra o di un evento che possono escludere visitatori dei target group a causa del modo in cui i temi vengono raccontati o analizzati.

DESCRIZIONE

I partecipanti vengono divisi in tre gruppi in breakout rooms in sale separate.

Riflettendo su quanto presentato nell'attività precedente, a ogni sottogruppo viene chiesto di presentare un esempio non riuscito di mediazione.

Per soddisfare la richiesta, i partecipanti possono scegliere di procedere in diversi modi:

- Possono navigare nel sito web del loro museo e usarlo come ispirazione per trovare un esempio. Dovrebbero concentrarsi sugli aspetti che potrebbero essere critici per una delle

persona in visita al museo. Dovrebbero identificare un oggetto, un'attività, un argomento o una parte della collezione che secondo loro non è rilevante per quel profilo.

- Possono ricordare un'esperienza personale in cui la percezione di rilevanza nella comunicazione di un certo argomento/tema con un migrante o un senior non ha avuto luogo.

Una volta raccolte le informazioni necessarie, i sottogruppi possono procedere secondo due alternative:

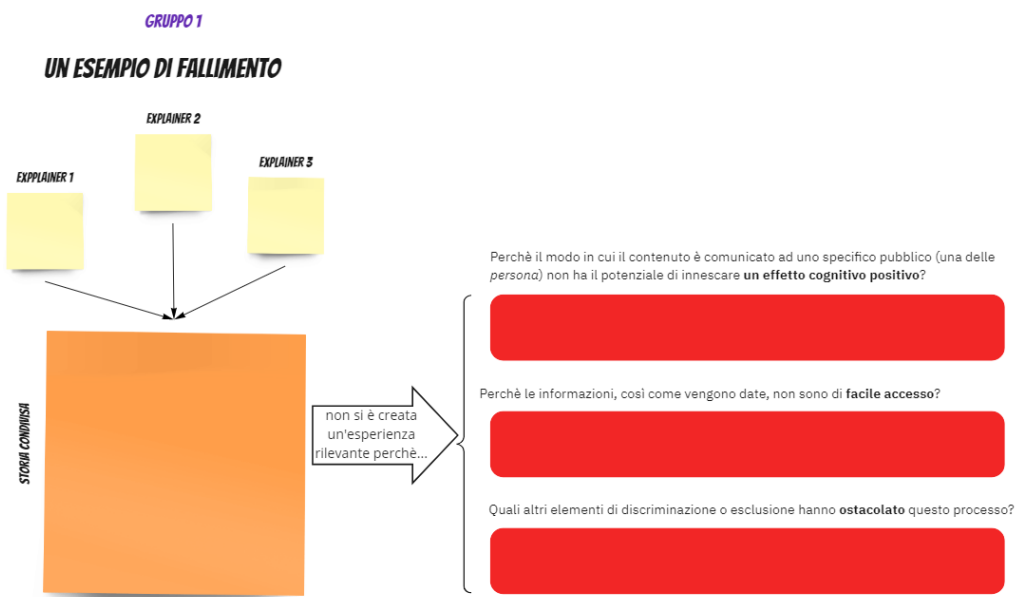
- Tutti i membri del gruppo lavorano insieme e attraverso un brainstorming collettivo **formalizzano l'esempio** da condividere e appuntano elementi importanti o parole chiave per la condivisione in uno schema.
- **All'interno di ciascun gruppo**, i partecipanti lavorano dapprima in maniera individuale, **creando il proprio schema. Lo condividono all'interno del gruppo** e sviluppano insieme agli altri una serie di esempi da presentare al resto dei partecipanti una volta tornati in plenaria. Questa versione richiede più di tempo, ma dà a tutti l'opportunità di condividere un'esperienza.

A supporto del loro lavoro, i partecipanti potranno strutturare la loro risposta in base alle due componenti del concetto di rilevanza (lo sforzo richiesto per avere accesso alle informazioni o a un'esperienza, l'effetto cognitivo positivo che potrebbe generare), oltre agli ostacoli e agli elementi di discriminazione evidenziati nel Modulo 1.

Queste domande possono aiutare la riflessione:

- Perché il modo in cui il contenuto è veicolato non ha il potenziale per innescare un effetto cognitivo positivo per visitatori anziani e migranti?
- Perché le informazioni, nel modo in cui vengono fornite, non sono di "facile" accesso?
- Quali altri elementi di esclusione/discriminazione ostacolano il percorso?

Se i partecipanti decidono di condividere un'esperienza personale di mediazione non efficace o non riuscita, l'atteggiamento del formatore e degli altri partecipanti sarà di ascolto e rispetto. Il formatore **porrà l'attenzione su ciò che è possibile apprendere da ciascuno degli esempi condivisi, stimolando i partecipanti a sviluppare in autonomia questa riflessione.** Dopo ogni presentazione, la discussione può essere arricchita dall'intervento di tutti. Tutti i partecipanti possono intervenire per suggerire strategie o modi per affrontare al meglio situazioni analoghe a quelle presentate.



Esempio di lavagna digitale

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE E CONTENUTI DA TRASMETTERE

Questa parte della formazione consiste nell'imparare dagli errori: **che siano dell'explainer** – nella mediazione di una attività o di una visita guidata – **o dell'istituzione** – nella scelta di presentare un tema in un determinato modo, nel non garantire accessibilità a determinati gruppi, etc.

Per fare in modo che questo esercizio funzioni in un modo produttivo, è necessario assicurarsi che né **gli errori degli explainer né quelli dell'istituzione** vengano colpevolizzati e anzi è bene che la paura del fallimento venga esorcizzata.

Nessuno deve essere condannato quando si apre agli altri e parla di un fallimento personale o di un potenziale fallimento. Commettere errori, analizzarli e imparare da essi deve essere considerato una parte preziosa di un processo di sviluppo continuo. Questo significa alimentare una cultura del fallimento nella quale, da un lato la paura di **sbagliare diminuisce**, mentre **dall'altro** si impara dagli errori. **L'errore deve essere** visto come una possibilità, e bisogna essere in grado di scorgerne il potenziale produttivo e costruttivo.

Questo è l'atteggiamento che ad esempio contraddistingue le cosiddette *FUN - fuck up nights*²⁶. Si tratta format che trova espressione nella scena delle start-up: gli imprenditori si riuniscono e raccontano a vicenda le loro storie ed esperienze di fallimenti, a volte gravi. Per lo più, queste storie sono raccontate in modo divertente e simpatico. L'idea di fondo è che non solo imparano da loro stessi, ma aiutano chi ascolta a non commettere lo stesso errore

²⁶ [Stories Of Failure - Fuckup Nights global movement](#)

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Pensate a:

- una delle attività che state svolgendo,
- un oggetto della collezione,
- o un tema che viene trattato

... che secondo voi, nella forma in cui è stato implementato finora, poteva non risultare rilevante per una delle *persona* o per qualcuno del gruppo target.

Analizzate ciò che avete scelto e cercate di evidenziare gli elementi critici che possono portare all'esclusione e alla non-rilevanza.

Tenete conto delle considerazioni fatte nei giorni precedenti:

Il modo in cui il contenuto viene veicolato per questo specifico pubblico ha il potenziale per innescare un "effetto cognitivo positivo"?

Le informazioni, nel modo in cui vengono fornite, sono di "facile" accesso?

Quali altri elementi di esclusione e discriminazione (come discusso nel Modulo 1) ostacolano il processo?

Quali strumenti già citati in questa formazione possono essere applicati per migliorare l'esperienza dei visitatori o della *persona* che avete preso in considerazione?".

Abbina gli angoli alle *persona*

DURATA

40 minuti

MATERIALI

- L'immagine di un oggetto della collezione del museo (lo stesso oggetto per tutti)
- Collegamento all'area della lavagna digitale relativa ai profili delle *persona* dell'attività del Modulo 2 *Le persona: focus sui bisogni*
- Mappa concettuale sulla Rilevanza
- Post it digitali

OBIETTIVO

I partecipanti acquisiscono padronanza nel capire in che modo un'attività, un tema, un oggetto della collezione etc possano essere resi più rilevanti per visitatori anziani o migranti.

DESCRIZIONE

In questa attività, il concetto della rilevanza così come presentato nell'attività precedente, viene applicato ad una situazione immaginaria di facilitazione.

Il formatore introduce l'attività: ogni argomento o questione può essere presentato sotto molteplici angolazioni. Si tratta della lente attraverso la quale il narratore filtra e mette a fuoco le informazioni in modo che siano significative per gli altri.

Un'angolazione specifica potrebbe essere rilevante per un target specifico, se questo si tratta di un gruppo accomunato da un hobby ad esempio. Come detto però nel Modulo 1, anziani e migranti sono un gruppo così eterogeneo che è difficile trovare un punto di vista che sia rilevante per ciascuno dei target group in maniera universale.

Una possibilità di creare una connessione tra i visitatori e l'oggetto della loro esperienza museale può essere fornita, come detto nel Modulo 3, nell'attività Bingo, dalla narrazione di entrata: all'inizio dell'attività, per conoscere meglio e velocemente il proprio pubblico, l'explainer dedica alcuni minuti a fare domande – molto semplici ed immediate – ai presenti.

“I ricercatori hanno scoperto che anche pochi minuti dedicati alla conoscenza dei partecipanti all'inizio di un tour possono migliorare significativamente l'esperienza dei visitatori.”²⁷

Fase 1 (5 minuti)

Il formatore chiarisce cosa significa narrazione di entrata e fornisce esempi.

Fase 2 (10 minuti)

I partecipanti lavorano a coppie o in piccoli gruppi (massimo 4 gruppi o coppie) nelle breakout rooms. Ogni gruppo riceve l'immagine di un'oggetto (lo stesso per ciascun gruppo o coppia) che appartiene alla collezione del museo e il formatore assegna a caso una delle *persona* (dal Modulo 2) a ciascun gruppo.

Ai gruppi viene chiesto di immaginare che la *persona* assegnata partecipi, ad esempio, a una visita guidata, a un workshop o a un altro format, all'inizio dei quali si potrebbero dedicare alcuni minuti alla narrazione di entrata. Annotano sulla lavagna online come introdurrebbero la narrazione di entrata (quale domanda o attività sceglierebbero) e quale potrebbe essere la risposta che riceverebbero.

Fase 3 (10 minuti)

Sulla base delle risposte che potrebbero ricevere, viene chiesto ai partecipanti di trovare un collegamento tra l'oggetto espositivo o l'attività considerati e la *persona*. Sviluppano quindi il racconto dell'oggetto in modo che l'esperienza diventi rilevante per la *persona*. I partecipanti annotano sulla lavagna online alcune parole chiave esemplificative del loro approccio alla facilitazione.

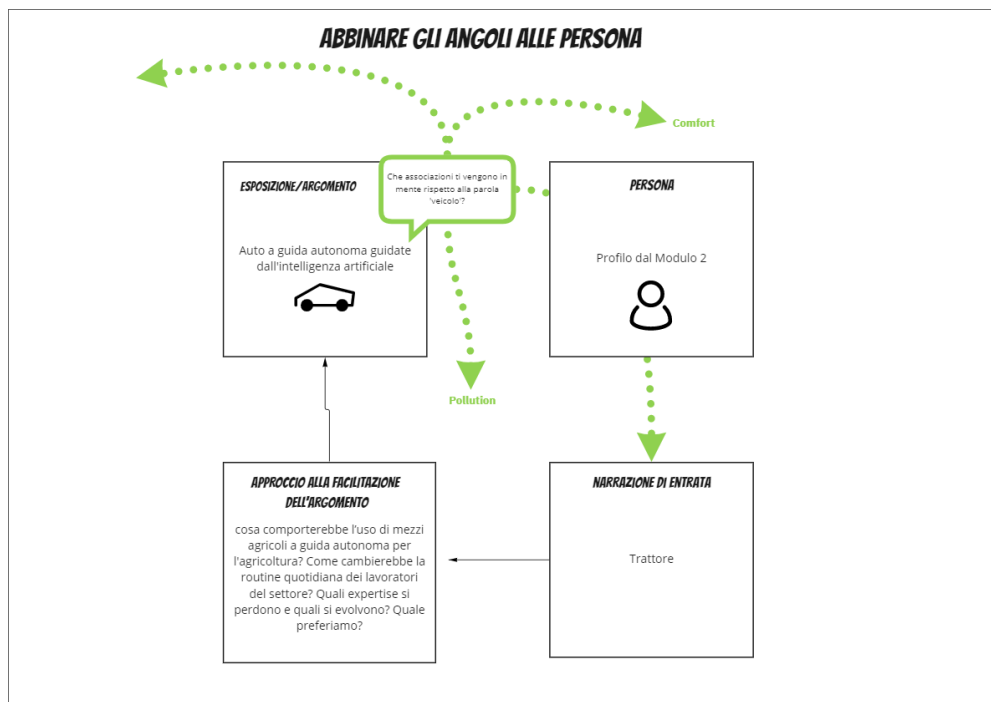
Fase 4 (15 minuti)

I partecipanti, tornati in plenaria, condividono i loro approcci di facilitazione con il gruppo. Ogni gruppo ha a disposizione 4-5 minuti per la presentazione, che dovrà includere:

²⁷ Nina Simon, *Relevance for everyone – The Art of Relevance*
<http://www.artofrelevance.org/2018/04/18/relevance-for-everyone/>

- Chi è la *persona* che hanno preso in considerazione?
- Quale potrebbe essere la sua narrativa di entrata?
- Da quale approccio di facilitazione si è scelto di partire e perché?

Gli altri partecipanti possono integrare le presentazioni con le proprie idee. Il formatore raccoglie i risultati sulla lavagna online.



Esempio di lavagna digitale

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

È importante che tutti i gruppi lavorino sullo stesso oggetto, in modo che nella fase di presentazione diventi evidente la varietà di angolazioni attraverso cui si può raccontare la stessa cosa.

Affinché l'attività abbia successo, gli explainer non devono essere necessariamente informati o preparati sull'argomento/oggetto di cui parleranno. Ciò che conta è la scelta e l'identificazione dell'angolazione. Deve essere chiaro ai partecipanti che questa attività non ha lo scopo di verificare e dimostrare la conoscenza di un oggetto o di un argomento, ma di mostrare che ogni storia può essere raccontata da diversi punti di vista.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

“Fate riferimento alla narrazione di entrata del vostro personaggio per raccontare la storia dell'oggetto utilizzando un'angolazione interessante e significativa per il personaggio assegnato. Cercate di renderlo rilevante per lui/lei”.

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Narrazione di entrata

Ogni pubblico ha i suoi interessi e il suo background specifico. Quanti più punti di vista verranno rappresentati, tanto una storia diventerà (o almeno potenzialmente potrebbe diventare) significativa per uno spettro ampio di pubblico. Essere in grado di adattare una descrizione o un'interazione all'ascoltatore, tenendo conto (per quanto possibile) delle sue esigenze, dei suoi valori e del suo background, può aiutare a dare forma a un'esperienza personalmente rilevante per chi vi partecipa. **Questo diventa più facile se e quando l'explainer riesce a dedicare pochi minuti all'inizio dell'attività per conoscere meglio il suo pubblico, sufficientemente a migliorare significativamente l'esperienza dei visitatori.**

La narrazione d'entrata è menzionata nel libro "The Art of Relevance" di Nina Simon.²⁸

Di seguito un estratto:

"I ricercatori hanno lavorato con una guida che da due anni conduceva i "Discovery Walk Tree Tours" presso il parco naturale. La guida ha apportato una semplice modifica al modo in cui iniziava il tour. Prima di partire, chiedeva al gruppo: "Quando pensate agli alberi, cosa vi viene in mente?". Per tre minuti, le persone potevano condividere le loro idee e pensieri, o "narrazioni di entrata". La guida poneva poi domande di approfondimento su ognuna delle risposte che riceveva: "Dove avete piantato quell'albero?" "Che odore aveva?" Ogni volta che poteva, la guida individuava un potenziale collegamento con il tour, dicendo cose come "Quanto era alta quella casa sull'albero di cui parlavate? Ricordatevi di fermarmi quando arriviamo alla sequoia. C'è una storia incredibile che vorrei raccontarvi su una donna che è rimasta per due anni in una casa primitiva su una sequoia a 300 piedi di altezza...".

Queste conversazioni duravano solo tre minuti. Poi, man mano che la visita procedeva, la guida sottolineava questi collegamenti e coinvolgeva nuovamente il gruppo sulla base delle loro narrazioni di entrata personali. In media, in una visita di un'ora la guida faceva riferimento a tre-cinque narrazioni di entrata dei visitatori.

I ricercatori hanno testato questo approccio su un gruppo, guidato dalla stessa guida, che ha iniziato il tour con alcuni minuti di chiacchiere informali, ma non sugli alberi.

I risultati dello studio sono stati decisamente eloquenti. Le narrazioni di entrata hanno reso le visite più interessanti, educative e memorabili. I ricercatori hanno scoperto che durante i tour che incorporavano le narrazioni di entrata, le persone erano molto più coinvolte. Facevano e rispondevano a più domande, discutevano più spesso dei contenuti, annotavano cose, si allontanavano meno dal gruppo e toccavano persino di più gli alberi. E dopo le visite, i gruppi con narrazione di entrata hanno riportato livelli più elevati di soddisfazione e di apprendimento quando hanno riflettuto sull'esperienza.

La guida turistica non ha dovuto ridurre il suo tour, e nemmeno cambiarne l'itinerario, per renderlo efficace. Doveva solo iniziare con tre minuti per conoscere la provenienza delle persone che aveva

²⁸ Nina Simon, Relevance for everyone – The Art of Relevance. La traduzione italiana di questo passaggio è stata realizzata nel contesto di questo progetto.

<http://www.artofrelevance.org/2018/04/18/relevance-for-everyone/>

davanti, il contesto in cui avevano avuto esperienze con gli alberi, le storie e i ricordi a cui tenevano. Ha intrecciato con leggerezza le loro storie alle sue. La rilevanza si è costruita da lì.

Questo principio non vale solo per le visite guidate. Si può ricorrere alla narrazione di entrata ogni qualvolta qualcuno varca le vostre porte. Si tratta di un semplice processo in due fasi. Innanzitutto, trovate un modo per chiedere alla persona cosa l'ha portata in quel luogo. Poi, trovate un modo per affermare e valorizzare la sua risposta. Potreste consigliare qualcosa da vedere o da fare in base ai loro interessi. Potreste farli accomodare in una zona particolare, aiutarli a fare una foto di gruppo o invitarli a un altro evento".

Nell'esempio di Nina Simon, la guida parla di alberi, oggetti con i quali facilmente si possono fare associazioni o evocare ricordi personali. Nel contesto dei science centre o dei musei scientifici, può accadere che i visitatori non conoscano ancora l'argomento o l'oggetto trattato. In tal caso, è quindi utile partire da un argomento che potrebbe essere noto a tutti, per le associazioni individuali.

Utilizzare la narrazione di entrata quando, ad esempio, si parla di auto a guida autonoma, non sarebbe granché utile. Molto probabilmente, i partecipanti non potrebbero riferire granché, e non avendole ancora sperimentate o viste, le loro associazioni potrebbero essere superficiali o irrilevanti. Pertanto, potrebbe essere più utile associare un termine più generico come "veicolo", poiché tutti avrebbero una certa esperienza in merito. Nella tensione che si crea tra il concetto più familiare di "veicolo" e quello probabilmente nuovo di "auto a guida autonoma", può nascere un effetto cognitivo positivo.

Esempio

Il tour presenta un'auto a guida autonoma guidata dall'intelligenza artificiale. La domanda per la narrazione d'entrata potrebbe essere: "Qual è la tua associazione a 'veicolo'?". Le risposte potrebbero essere, tra le altre: inquinamento, sicurezza, comfort, libertà, culto dell'auto, trattore, velocità, ecc. Da qui, il discorso sui veicoli a guida autonoma può prendere varie direzioni (se ne analizzano alcune a titolo di esempio):

- inquinamento: l'auto a guida autonoma è un'auto elettrica perciò non emette direttamente CO2. Ma quali problemi di inquinamento sono legati a questa tecnologia? Si potrebbero presentare gli enormi costi ambientali della connessione internet necessaria per guidare queste auto. Oppure si potrebbe approfondire in che modo l'uso estensivo di internet impatti sull'ambiente, attraverso – ad esempio – il lancio in orbita di satelliti.
- sicurezza e comfort: quando si parla dei vantaggi delle auto a guida autonoma, si potrebbe chiedere ai partecipanti come pensano che l'introduzione di questa forma di mobilità influenzerebbe il modo in cui le persone si muovono: chi non può guidare veicoli tradizionali perché non ha la patente? Chi non può guidare perché è affetto da disabilità fisiche o cognitive? Chi non guida per paura di provocare un incidente? Come cambierebbe la loro vita quotidiana con la possibilità di utilizzare le auto a guida autonoma?
- Trattori a guida autonoma: cosa comporterebbe l'uso di mezzi agricoli a guida autonoma per l'agricoltura? Come cambierebbe la routine quotidiana dei lavoratori del settore? Quali expertise si perdono e quali si evolvono? Quale preferiamo?

A fronte di quanto detto e degli esempi forniti, va comunque precisato che nella pratica lavorativa degli explainer, i discorsi legati alla narrazione d'entrata possono essere una breve nota a margine o determinare il corso degli eventi. Ciò dipende dal modo in cui la pratica di facilitazione è strutturata.

PAUSA - 10 MINUTI

Le caratteristiche della facilitazione inclusiva e il ruolo degli explainer

DURATA

60 minuti

MATERIALI

- Note e appunti presi dal formatore nel corso del Modulo 1, 2, 3 e collegamento diretto alle aree corrispondenti della lavagna digitale

OBIETTIVO

I partecipanti consolidano le conoscenze acquisite durante tutta la formazione, selezionando e evidenziando quelli che ritengono gli elementi chiave cruciali per una facilitazione inclusiva.

DESCRIZIONE

I partecipanti vengono divisi in breakout rooms in gruppi di tre o quattro dal formatore.

Fase 1

Ognuno riflette individualmente sui punti che ritiene indispensabili per una facilitazione inclusiva, per essere consapevoli delle diversità culturali e per evitare di discriminare i visitatori. A tal fine, i partecipanti riprendono gli appunti della formazione presi individualmente, mentre il formatore mette a disposizione le note delle riflessioni e delle discussioni collettive. I partecipanti ognuno per sé stilano un elenco di priorità di tutti i temi, le strategie di coinvolgimento, i suggerimenti per la facilitazione, ecc. che sono stati trattati nei moduli. La richiesta è di fare una selezione di 10 voci, ma naturalmente gli explainer possono aggiungerne altre se ritengono che siano indispensabili. Ogni elemento viene scritto su un post-it digitale.

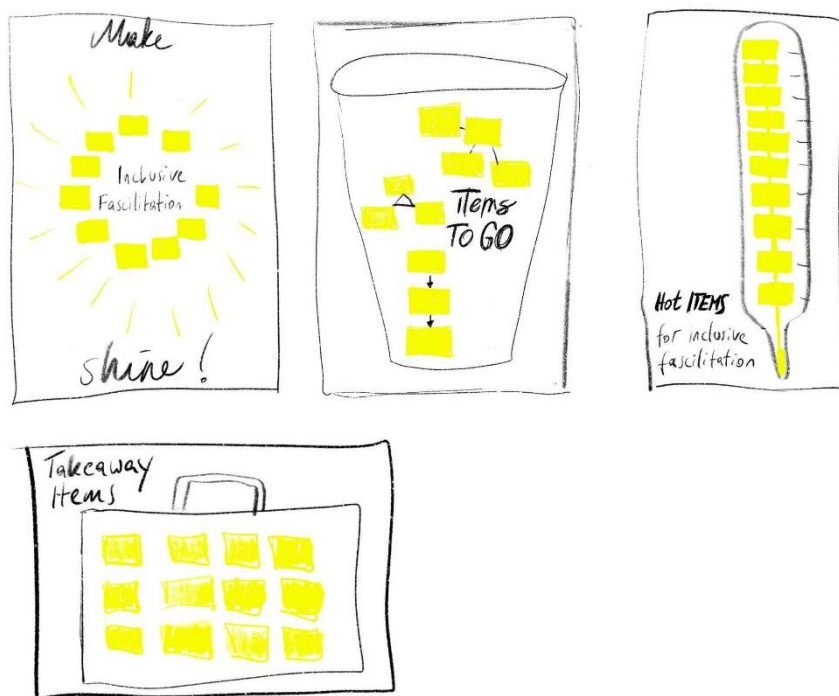
Fase 2

I partecipanti condividono nel gruppo i loro elenchi e creano una selezione comune a tutti i partecipanti. Insieme, dispongono gli elementi sulla lavagna digitale, secondo una struttura che sia per loro significativa e sensata. Potrebbe trattarsi di una riga che definisce una gerarchia di elementi. Oppure di una struttura a cerchio, dove tutti gli elementi hanno una posizione analoga e il contesto è

comunicato dalla distanza dal centro. Potrebbe anche essere una mappa concettuale con cluster, in cui gli elementi diversi sono collegati con linee, etc.

Ai partecipanti viene chiesto di dare forma ad una sintesi grafica che sia pratica e immediata nel mostrare gli elementi chiave della facilitazione inclusiva e il modo in cui sono connessi tra loro.

Esempi possono essere:



Fase 3

Tornati in plenaria, ciascun gruppo presenta il proprio riassunto grafico. Vengono spiegati gli elementi e il layout scelti.

Fase 4

Il formatore introduce al debriefing con la domanda: "In che misura credete che quanto appreso in questa formazione possa incidere sul vostro ruolo e sull'auto-percezione del vostro lavoro?".

CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

Il numero di elementi selezionati dai partecipanti non dovrebbe essere eccessivo, perché lo scopo di questa attività è creare un prodotto che possa essere immediato, agile e memorizzato. Dovrebbe fornire chiarezza piuttosto che complessità. Se gli explainer tendono a selezionare molti elementi, è bene che la loro attenzione venga indirizzata su argomenti o strategie che non fanno ancora parte della loro pratica.

Mostrate gli esempi di layout o di sintesi grafica per ispirare i gruppi, se necessario. Ciascun gruppo dovrebbe elaborare una forma propria.

La fase 4, di debriefing, funziona come pratica di autoriflessione sul proprio ruolo di explainer. È importante aprire uno spazio di riflessione che gli explainer potranno "riempire" durante la pratica a venire.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Poiché ci stiamo avvicinando alla fine della formazione, è fondamentale poter tornare al lavoro con la piena consapevolezza di ciò che è veramente importante per implementare una facilitazione inclusiva con i gruppi target.

Nel Modulo 1, con l'attività sul *Cambiamento sistemico*, avete notato alcuni aspetti critici rispetto a consapevolezza ed implementazione di equità e dell'inclusione nella vostra istituzione, sia a livello manageriale che a livello pratico.

Riprendete gli appunti e le riflessioni dei giorni precedenti, discutete e stilate un elenco di elementi che ritenete di non poter dimenticare di includere nella vostra pratica, concentrandovi su ciò che rientra nel potere del vostro ruolo di explainer. Scrivete ogni elemento su un post it digitale. Poi, come gruppo, trovate una resa grafica adeguata".

Debriefing:

"Se ora guardate i vostri lavori, troverete parole chiave relative a ciò volete cambiare o implementare nel vostro lavoro di explainer. In che misura credete che quanto appreso in questa formazione possa incidere sul vostro ruolo e sull'auto-percezione del vostro lavoro?".

CONTENUTO DA TRASMETTERE

Questo momento è importante per creare un terreno e una comprensione comune dei termini chiave che dovrebbero informare e ispirare il lavoro degli explainer con i gruppi target.

Questo è il momento di sintesi dell'intera formazione, in cui i partecipanti condividono ciò che hanno annotato come buone pratiche e, in particolare, quando riflettono sui concetti di discriminazione, sulla necessità di inclusione, nonché sulla cultura e sulla comunicazione interculturale, fornendo un elenco di priorità per affrontare questi punti nella loro pratica.

Questa attività chiude il cerchio aperto nel Modulo 1 con l'attività *Cambiamento sistemico*. Nel Modulo 1, agli explainer viene chiesto di riflettere su tutte le 5 aree (staff, partnership, contenuti, accessibilità, strategia), comprese quelle su cui non hanno potere. Al termine della formazione, viene strutturata una "nuova" versione che segue 2 delle 5 aree: contenuti e accessibilità.

Alla fine della formazione, i partecipanti hanno ascoltato strategie, buone pratiche e input che li supportino nella pratica a rendere la loro istituzione a essere più equa e inclusiva per gli anziani e i migranti.

Debriefing:

In che modo la formazione influisce sul ruolo dell'illustratore?

Svolgendo tutte le attività di questa formazione, la percezione di sé e il modo di lavorare come explainer vengono influenzati a diversi livelli. La facilitazione inclusiva non vuole rafforzare immagini stereotipate dei partecipanti e quindi rifiuta di assegnare bisogni e desideri specifici a gruppi di persone demograficamente definite. Inoltre, soprattutto avendo in mente il concetto di rilevanza, non si può lavorare senza alcun dialogo o scambio con i visitatori, dai quali è necessaria una certa partecipazione

attiva. Gli explainer sono facilitatori di un'esperienza che ogni visitatore costruisce in buona parte da solo, in base alle proprie convinzioni, esperienze, interessi, ecc.

Domande per aiutare il debriefing:

- Gli explainer spiegano?
- Ne sanno di più dei visitatori?
- Chi impara da chi?
- Chi impara cosa da chi?
- L'esperienza museale riguarda l'apprendimento?

- Gli spiegatori guidano?
- Sono dei leader?
- Sono loro a definire il percorso o sono i partecipanti a definire il percorso?
- Sono moderatori?

- Qual è la loro posizione rispetto al pubblico?
- Hanno di fronte un pubblico?
- Esiste una gerarchia tra chi spiega e chi partecipa?
- Fanno parte del gruppo?

- Come si chiamano gli explainer nelle diverse istituzioni?
- Quale atteggiamento implica questo nome?
- Come gli explainer chiamano il loro pubblico, i partecipanti o i visitatori? E cosa implica l'uso di un termine **piuttosto** che l'altro?

Conclusione

DURATA

20 minuti

MATERIALI

- Griglia per valutare i 4 moduli (si veda sotto) posizionata nella lavagna digitale
- Post it digitali
- Segnaposto digitali

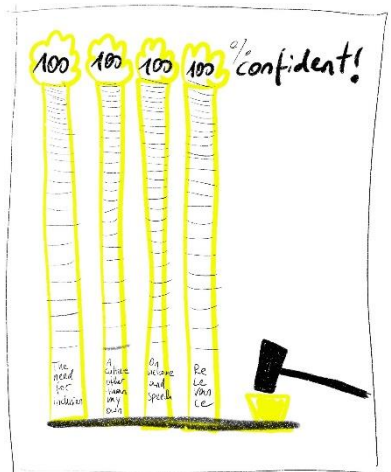
OBIETTIVO

I partecipanti le conoscenze e gli approfondimenti affrontati durante la formazione. Si conclude l'esperienza formativa.

DESCRIZIONE

Vengono ripresi gli argomenti di ciascun modulo.

Alla fine della formazione, considerandola nel suo complesso, si chiede ai partecipanti di valutare la propria posizione, collocandosi in base alla propria percezione. A tal fine viene presentata una griglia sulla lavagna digitale che indica i 4 moduli sull'asse delle ascisse. Sull'asse delle ordinate è riportata una scala da [non fiducioso] [fiducioso come prima] a [più fiducioso]. I partecipanti si posizionano con un segnaposto digitale anonimo su ciascuna delle quattro scale.



CONSIGLI PER LA FACILITAZIONE

In questo momento conclusivo è importante essere il più possibile aperti a qualsiasi tipo di risultato e mettere i partecipanti in una condizione di comfort per poter esprimere le loro sensazioni sincere alla fine dell'esperienza formativa. Chiedete loro di comunicare la motivazione della loro scelta.

ISTRUZIONI PER L'ESERCIZIO

"Alla fine di questa formazione, considerando i suoi obiettivi, posizionatevi sulla griglia. Se siete disposti a farlo, condividete le vostre motivazioni con il gruppo".

Deutsches Museum 

 ARS ELECTRONICA

universcience

**MUSEO
NAZIONALE
SCIENZA
E TECNOLOGIA
LEONARDO
DA VINCI**

TUM



All materials are available at
<https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects/search/details/2019-1-DE02-KA204-006202>

The ITEMS project was funded in the Erasmus+ KA204 Strategic Partnerships for adult education program (2019-1-DE02-KA204-006202)

Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

