



CAMBIO DI PROSPETTIVE Hans Ulrich Glarner: Bambine che danzano quadri

Considero la mediazione culturale di alto livello qualitativo allorché mi permette di compiere dei passi. Verso qualcosa di nuovo e verso me stesso. Ciò concerne nel caso ideale tutte le partecipanti e i partecipanti, come parte del pubblico, come mediatrice o mediatore, come committente. Solo una prassi della mediazione culturale radicata nella strategia della politica culturale può conseguire questo effetto complessivo. Allora non esistono solo destinatari che vanno soddisfatti, solo istituzioni che puntano a una maggiore frequenza, solo la politica che deve disporre di consensi maggioritari. Al contrario, una mediazione culturale radicata nella strategia della politica culturale è intesa come un sistema reciproco che trasmette impulsi decisivi all'ulteriore sviluppo della promozione e della gestione pubblica della cultura. La mediazione culturale assurge così a fulcro di una politica culturale partecipativa. Il suo scopo è rendere possibile a un numero elevato di persone il confronto con questioni culturali, la partecipazione a processi culturali e l'accesso alle opere d'arte. Tutto questo può avere un effetto durevole solo se la qualità è costantemente elevata. Il successo non è per nulla in un rapporto inversamente proporzionale alla qualità. Chi lo sostiene insiste su un concetto d'arte elitario che punta più alla distinzione che alla coesione.

Nel quadro di una manifestazione presso l'Aargauer Kunsthaus, una partecipante di 9 anni ha espresso in modo non verbale quest'esperienza. Al termine della cosiddetta «Kunstspirsch» [A caccia d'arte] i bambini sono stati invitati a parlare di un quadro che è loro piaciuto particolarmente. L'allieva, di nome Albana, ha detto alla mediatrice: «Sai, non so parlare del quadro, ma posso ballarlo». La bambina si è messa davanti al quadro al centro del semicerchio della classe e ha espresso le sue impressioni con il movimento. I compagni di classe hanno manifestato il loro entusiasmo per la sorprendente esibizione con un applauso spontaneo.

Una bambina, secondo i nostri parametri senza una concezione tradizionale di cultura e per di più con scarsissime conoscenze della nostra lingua, si è appropriata del senso, del messaggio dell'opera d'arte, ha comunicato la propria esperienza cognitiva agli altri e li ha resi partecipi. Quest'accadimento è emblematico per l'effetto della mediazione culturale. L'opera aveva la forza di far saltare le collaudate convenzioni dell'osservazione del quadro e della comunicazione, la partecipante al programma di mediazione era disposta ad esporsi e la mediatrice culturale ha creato il contesto in cui tale interazione è diventata possibile. Tutte le partecipanti e i partecipanti hanno rafforzato la loro identità come gruppo e ampliato parallelamente il loro orizzonte come individui. Questo è qualità.

Hans Ulrich Glarner è *addetto alla cultura del Cantone Argovia*.



CAMBIO DI PROSPETTIVE Felicity Lunn: La mediazione artistica come incontro ravvicinato con l'arte

Dalla prospettiva di un'istituzione d'arte, la mediazione ha effetti diversi sul triangolo organizzazione, pubblico, mediatrici e mediatori.

Tramite la mediazione artistica, l'incontro con l'arte è approfondito poiché vengono posti in evidenza aspetti reconditi. Questo incontro, che richiede più tempo e impegno di una visita (anonima) di un'esposizione, rende visibili le differenti percezioni caratterizzate dal retroterra culturale, dall'età, dal sesso o dall'educazione. Mediante le offerte di espressione del proprio parere in merito a un'esposizione esistente per i diversi gruppi mirati, l'organizzazione stessa ottiene un riscontro sulla percezione delle esposizioni. La mediazione culturale apre gli occhi dell'organizzazione su altri punti di vista, reazioni, visioni del mondo. In questo modo, l'organizzazione impara di più sul proprio pubblico, ma anche sull'effetto dell'arte esposta e sulle modalità d'esposizione. Da ciò può risultare una maggiore riflessione dell'organizzazione sulle esigenze del pubblico e, tramite la differenziazione, una maggiore considerazione dello stesso come singoli soggetti anziché come massa anonima.

La mediazione culturale è la migliore forma di marketing. Rispetto a forme tradizionali di comunicazione e pubblicità che non riducono la soglia inibitoria di molte persone, essa incoraggia le partecipanti e i partecipanti in modo diretto e concreto a continuare a frequentare l'organizzazione e a invitare altre persone. Il concetto di mediatrice e mediatore come ospite con la possibilità per bambini e adolescenti di invitare e guidare parenti e amici, amplia la cerchia delle visitatrici e dei visitatori. Si dimostra così che l'accesso personale all'arte conta più della sua «comprensione».

Quando le esposizioni possono essere considerate autentici spazi di comunicazione, la mediazione artistica assume la funzione di un direttore d'orchestra che promuove e incoraggia il dialogo tra l'esposizione e il pubblico. Più che fornire un sapere meramente convenzionale o cementare una concezione tradizionale dell'arte, la mediazione artistica offre nuovi approcci alla ricezione dell'arte per considerarla una componente della propria vita. Quando le osservatrici e gli osservatori sono coinvolti in modo genuino e trattati come partner, attori o complici, la mediazione artistica agisce come un confronto con le arti che consente le più disparate riflessioni e interpretazioni.



La partecipazione attiva alla mediazione d'arte sviluppa una molteplicità di competenze importanti per la vita attuale di bambini e adulti: guardare e reagire al visivo, analizzare e trasmettere contenuti, presentare opinioni proprie, saper ascoltare e discutere, rispettare le posizioni altrui.

Felicity Lunn è stata dal 1990 al 1998 curatrice presso la Whitechapel Art Gallery a Londra, dal 2005 al 2008 direttrice del Kunstverein di Friburgo in Brisgovia e dal 2009 al 2011 Regional Curator dell'UBS Art Collection. Da gennaio 2012 Felicity Lunn è direttrice del Centro d'arte CentrePasquArt a Bienne.



CAMBIO DI PROSPETTIVE Irena Müller-Brozovic: Per i rischi e gli effetti collaterali rivolgetevi al vostro mediatore

La mediazione in → *progetti partecipativi* della durata di vari mesi non è una pasticca miracolosa monodose, ma un processo nel corso del quale tutti i partecipanti cambiano.

Dagli organizzatori e dalla politica la mediazione è spesso richiesta come misura immediata (con l'auspicio della durata infinita dell'effetto) e come conferma del successo ci si aspetta una conta delle persone raggiunte: numero di «convertiti» per evento, per franchi. Più sono le persone coinvolte, tanto meglio. La mediazione è qui assimilata a «Audience Development».

Ma l'attività dei mediatori non è incentrata sulla massa, bensì sulle qualità. E queste ultime non sono quantificabili. Ciò nonostante, i mediatori, gli artisti, i direttori delle istituzioni e i politici addetti alla cultura necessitano di argomenti per giustificare e promuovere la mediazione. Perché una buona mediazione costa.

Nelle forme artistiche tradizionali vige una netta distinzione tra artisti e pubblico. Gli artisti performanti percepiscono magari la reazione del pubblico, ma difficilmente entrano in contatto approfondito con i destinatari. Nei progetti partecipativi a lungo termine di Education, il fare dei creatori artistici è messo fondamentalmente in discussione. Essi danno impulsi per un agire creativo, accolgono idee dei partecipanti, affrontano con loro crisi e sperimentano nel confronto con dilettanti un nuovo aspetto sociopolitico del proprio lavoro. Questo processo aperto è, in progetti partecipativi, almeno della stessa importanza del prodotto. Chi ne è coinvolto, ne sente l'effetto quasi fisicamente e sperimenta l'attività di mediazione come utile e stimolante. Un rischio consiste eventualmente nel fatto che il processo aperto non è né pianificabile né prevedibile e può anche fallire. Come effetto collaterale si può osservare un cambiamento degli artisti e delle istituzioni dall'interno: su esplicita richiesta degli artisti, nei nuovi progetti di mediazione la collaborazione tra dilettanti e professionisti è concepita in modo ancora più intenso, nella programmazione stagionale la mediazione è già integrata, e un'idea della mediazione può essere la base per una produzione dell'istituzione – un cambiamento paradigmatico! Tutto ciò è però subordinato alla condizione che la mediazione sia riconosciuta nella sua importanza e che un progetto di mediazione sia apprezzato tanto dall'opinione pubblica, quanto dai decisori.

→ *progetti partecipativi*
<http://www.educationprojekte.ch>
[25.1.2013]



L'obiettivo di Education Projekte non è la trasmissione di sapere, bensì una produzione artistica comune di profani e professionisti. L'occuparsi attivamente di arte contribuisce alla formazione della personalità e – in particolare nei progetti di danza – rafforza l'autostima. Dopo un intenso processo di prove, i partecipanti si muovono con tutta naturalezza in guardarobe, mense, backstage e palcoscenici di teatri e sale da concerti – una conquista di mondi interiori ed esterni.

Irena Müller-Brozovic ha studiato a Basilea e Detmold piano, educazione musicale e mediazione musicale/pedagogia concertistica. Su mandato del Dicastero cultura di Basilea Città dirige gli «Education Projekte Region Basel». Nel 2007 le è stato assegnato il «Junge-Ohren-Preis». Collabora tra l'altro con l'Orchestra sinfonica di Basilea, il Theater Basel e insegna mediazione culturale alla Hochschule der Künste di Berna.



CAMBIO DI PROSPETTIVE Ufficio federale della cultura (UFC), sezione Cultura e società: Perché la Confederazione promuove la mediazione culturale?

Questo testo vale anche come Cambio di prospettive per il capitolo 6. Perché (nessuna) mediazione culturale?

I poteri pubblici hanno molti buoni motivi per promuovere la mediazione culturale. Questi motivi possono essere di natura economica, fiscale, pedagogica, didattica, artistica o sociale, a seconda dei punti di vista.

La Confederazione privilegia gli aspetti di natura sociale. Il legislatore ha indicato l'orientamento da seguire, dichiarando che uno degli scopi della promozione culturale della Confederazione è quello di permettere e facilitare alla popolazione l'accesso alla cultura (art. 3 lett. d LPCu). La Confederazione sostiene a titolo prioritario i progetti che vanno in questo senso (art. 8 lett. a LPCu). Nel messaggio concernente la legge federale sulla promozione della cultura, l'agevolazione dell'accesso e la mediazione culturale sono direttamente connesse (cfr. commento all'art. 8 LPCu).

Il risalto dato agli aspetti della partecipazione e del coinvolgimento richiama l'importanza attribuita dal Consiglio federale alla cultura: «La cultura è un fattore centrale della vita politica e sociale, un efficace strumento d'integrazione sociale e di coesione della società. La politica culturale attiva non si limita pertanto alla promozione della produzione artistica e alla conservazione del patrimonio culturale, bensì mira a far partecipare alla vita culturale possibilmente tutti i gruppi della popolazione. [...] Le arti acquiscono la percezione e sviluppano la consapevolezza. Non esiste un esercizio migliore dell'arte per imparare a vedere, osservare, differenziare. Ascoltare, guardare, riflettere con senso analitico e critico rende gli individui attenti e capaci di esprimersi e giudicare. Non appena si trasforma in un'evidenza emotiva o intellettuale, una sensazione diventa rilevante per l'intera società. Il valore intrinseco della cultura consiste nel permettere all'individuo di capire se stesso e il mondo che lo circonda.» (Messaggio concernente la promozione della cultura negli anni 2012 – 2015)

La partecipazione di un pubblico numeroso e variato è rilevante per legittimare la promozione della cultura: nei decenni passati, l'offerta culturale in Svizzera (ma anche in altri Paesi) è fortemente aumentata, ma l'interesse del pubblico non è stato al passo. Pertanto, in un'ottica di sostenibilità, la promozione della cultura non deve limitarsi a sovvenzionare



l'ampliamento e il consolidamento dell'offerta, ma deve assolutamente dotarsi di misure che preparino adeguatamente le nuove generazioni a fruire delle proposte artistiche e culturali.

Nel periodo 2012 – 2015, la Confederazione si propone di agevolare l'accesso alla cultura, principalmente attraverso la promozione delle lingue, della formazione musicale, della lettura (Ufficio federale della cultura) e il sostegno ai progetti di mediazione artistica (Fondazione Pro Helvetia).

La sezione Cultura e Società si occupa di questioni di formazione culturale e di partecipazione alla vita culturale, in particolare nei settori della promozione delle lingue e della lettura, della formazione musicale e della cultura amatoriale e popolare.