

XXXIX CONFERENZA ITALIANA DI SCIENZE REGIONALI

INNOVAZIONE SOCIALE E PARTECIPAZIONE NELLA PRODUZIONE DI CULTURA

DOLOM.IT: UN CASO STUDIO IN AMBITO MUSEALE

Chiara Zanetti^a, Stefania Zardini Lacedelli^b, Marta Pascolini^c

Working paper

ABSTRACT

Come possono i nuovi modelli museali partecipativi essere promotori di innovazione sociale e migliorare la qualità della vita culturale delle comunità?

Questa la domanda a cui si ispira il contributo presentato, che vuole portare ad esempio l'esperienza del museo virtuale partecipativo DOLOM.IT promosso dall'associazione ISOIPSE in collaborazione con altri attori territoriali. DOLOM.IT è un museo che non ha una sede fisica ma è composto interamente da materiali digitali co-creati insieme alle comunità dolomitiche. In questo senso, DOLOM.IT incarna un nuovo paradigma museale di "Museo-Piattaforma" (Zardini Lacedelli, 2018), in cui il pubblico non è più semplicemente fruitore ma diventa curatore e autore del museo stesso.

ISOIPSE nasce nel 2014 in provincia di Belluno, dal desiderio di alcuni giovani di promuovere lo sviluppo del territorio montano attraverso progetti di innovazione culturale, operando in stretta collaborazione con i musei locali, anche attraverso azioni culturali "fuori dal museo", con l'obiettivo di creare continuità tra il patrimonio, il territorio, la comunità, le aziende e gli enti locali. Questo museo virtuale e partecipativo è stato lanciato sul web nel 2016 (www.museodolom.it), grazie a un progetto didattico che ha coinvolto alcuni musei e istituti scolastici bellunesi. Dopo aver promosso lo sviluppo del museo nel territorio bellunese, nel 2018 ISOIPSE sta estendendo il processo partecipativo al territorio friulano in collaborazione con l'associazione Lis Aganis - Ecomuseo delle Dolomiti Friulane (PN). La sfida è quella di far interagire il modello di museo piattaforma con quello ecomuseale, inteso quale *"patto con la comunità che si prende cura di un territorio"*.

Nel contributo si vuole mettere in evidenza e problematizzare il ruolo della cultura e in particolare dei processi patrimoniali legati all'azione di un museo-piattaforma e di un ecomuseo quali elementi di innovazione sociale, producendo "nuovi prodotti o servizi in risposta a bisogni insoddisfatti" e "suggerendo nuove soluzioni" che permettono maggiore consapevolezza e partecipazione alla produzione culturale, con ricadute positive ad ampio raggio su tutto il tessuto sociale, definendo nuovi rapporti con attori strategici - quali le scuole. In questo senso la cultura può essere letta come un elemento intrinseco dell'innovazione sociale, nella misura in cui contribuisce alla produzione di senso e significato, e diviene particolarmente efficace laddove tale produzione avvenga in modo collettivo e inclusivo, anche attraverso l'utilizzo di strumenti digitali e partecipativi.

^a Università degli studi di Trieste, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, e-mail: zanetti_chiara@yahoo.it

^b University of Leicester, School of Museum Studies, szl1@le.ac.uk

^c Università degli studi di Trieste, Dipartimento di Scienze Umanistiche, marta.pascolini@gmail.com

1. Introduzione

In Italia si evidenzia una generale difficoltà nel valorizzare il patrimonio culturale nella sua interezza, in particolare per quanto riguarda le varie ed eterogenee risorse che esulano dai grandi circuiti della cultura *mainstream*. Comunemente, infatti, si possono osservare una molteplicità di patrimoni più o meno gestiti da attori compositi, con competenze spesso poco specializzate, seppur mossi da interesse e passione. Anche il campo museale non esula da questi trend: anzi l'Italia appare disseminata da tanti piccoli attori, in molti casi scarsamente organizzati, poco digitalizzati e che spesso sopravvivono grazie al contributo di volontari e appassionati. A tal proposito, una ricerca condotta dall'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali¹ mette in luce come poco più della metà dei musei italiani (57%) sia attivo sui principali social network (il trend è in crescita rispetto alla precedente rilevazione). Accanto ad una scarsa chiarezza e aggiornamento dei siti internet, emerge anche un utilizzo dei canali sociali (Facebook, Instagram e Twitter) limitato e poco interattivo, finalizzato prevalentemente a fornire informazioni (orari di apertura, costi, promozioni, eventi e specifiche iniziative ecc.). Meno diffusa ma particolarmente efficace appare invece l'utilizzo di una strategia comunicativa e divulgativa di tipo partecipato attraverso i canali digitali.

Ciononostante, anche nel contesto italiano si assiste ad un progressivo rinnovamento delle istituzioni museali e conservative che, sempre più spesso, sono chiamate a produrre un modello di gestione del patrimonio che sia innovativo e sostenibile. A tal proposito, nel corso degli ultimi anni sono emerse esperienze museali orientate a un maggior coinvolgimento dei visitatori che diventano essi stessi co-generatori di cultura e, quindi, attori che attraverso la conservazione, promozione e gestione del patrimonio culturale contribuiscono a favorire lo sviluppo complessivo delle comunità di riferimento. È proprio questo uno degli aspetti che permettono di considerare le innovazioni prodotte nella gestione del patrimonio culturale e museale all'interno del contesto più ampio dell'innovazione sociale, laddove queste innovazioni si dimostrino capaci di attivare processi organizzativi innovativi e partecipativi, dando vita a forme di cittadinanza culturale attiva.

Negli ultimi anni il concetto di innovazione sociale ha assunto una notevole rilevanza sia tra i *practitioner* sia nella letteratura scientifica (Caulier-Grice *et al.*, 2012; Borzaga, Bodini, 2012; Busacca, 2013). L'elemento che accomuna i diversi approcci è quello che inquadra l'innovazione sociale come una soluzione innovativa che dà risposta a bisogni presenti ed emergenti nei territori migliorando la qualità della vita degli individui e delle comunità (Mulgan *et al.* 2007). Attorno a questo nucleo centrale, un'altra dimensione ricompresa nella definizione di innovazione sociale è quella del coinvolgimento dei cittadini nella co-generazione della stessa attraverso processi di partecipazione e di *empowerment* delle comunità, che operano quindi in modo collaborativo e condiviso. Si tratta quindi di una definizione che può essere applicata a diversi settori da quello sociale e sanitario, a quello della formazione, intercettando il campo dell'ecologia e della cultura (Consiglio, Ritano, 2015): nello specifico Consiglio e Ritano evidenziano come “la tutela, la conoscenza e la valorizzazione del patrimonio culturale rappresenta un ambito di applicazione dell'innovazione sociale ancora poco indagato ma che presenta interessanti prospettive di sviluppo” (2015: 75).

Nel settore culturale, infatti, emergono diversi bisogni che favoriscono la nascita di iniziative che possono essere classificate quali innovazioni sociali a partire dalla necessità già messa in evidenza di preservare e valorizzare il diffuso patrimonio culturale materiale e immateriale che rischia di scomparire tra situazioni di degrado e abbandono. Tale dinamica appare ancora più rilevante per quei territori che si caratterizzano per risorse economiche e sociali fragili e meno strutturate quali sono le aree rurali, marginali e in parte montane. In questi contesti, il processo di ridimensionamento del ruolo delle istituzioni e lo scarso interesse di attori e investitori afferenti al mercato privato rendono più evidente l'incapacità di rispondere al bisogno di valorizzazione e gestione del patrimonio, e la preferenza accordata ai siti fortemente attrattori piuttosto che su risorse poco conosciute. Al tempo stesso, questa dinamica apre spazi interstiziali in cui trovano spazio le molte esperienze italiane di progetti di innovazione sociale in campo culturale che, attraverso approcci bottom-up, sono riuscite a creare nuovo valore culturale, sociale ed economico. Le esperienze di innovazione sociale sembrano quindi rispondere pienamente a quanto promosso dal consiglio d'Europa che afferma “la necessità

di coinvolgere tutti nella società nel processo in corso di definizione e gestione patrimonio culturale” (Convenzione quadro del Consiglio d’Europa sul Valore del patrimonio culturale per la società, 2005, preambolo)². In questi termini “il patrimonio culturale si definisce attraverso il suo legame con la collettività (la comunità patrimoniale) e tramite il capovolgimento dei ruoli per cui le comunità passano da consumatrici a produttrici di patrimonio stesso” (Carmosino, 2013:3): viene sviluppato dalla Convenzione il concetto di *comunità patrimoniale* quale “insieme di persone che attribuisce un valore ad aspetti specifici del patrimonio culturale, che desidera trasmettere alle generazioni future, nel quadro di un’azione pubblica” (Convenzione quadro del Consiglio d’Europa sul valore del patrimonio culturale per la società, 2005, art. 2). Più recentemente, il Concilio d’Europa (2014: 3) ha confermato la necessità di “continue to promote education on cultural heritage, raise public awareness on the potential of cultural heritage for sustainable development and to encourage public participation, especially of children and young people, in cooperation with civil society”.

Lo scopo di questo paper è quindi quello di analizzare attraverso un caso pratico di studio come i modelli museali partecipativi possano essere promotori di innovazione sociale e contribuire a migliorare la vita culturale delle comunità. Come verrà esplicitato più nel dettaglio nel prossimo paragrafo, la gestione museale si sta indirizzando verso il coinvolgimento delle comunità nella valorizzazione e produzione del patrimonio culturale. Questo processo innovativo che colloca i visitatori al centro delle attività di gestione delle organizzazioni museali può arrivare fino al punto di coinvolgimento massimo individuato da Davies (2010) che è quello delle co-progettazione e co-produzione degli allestimenti museali, coinvolgendo anche pubblici nuovi, che non sono stati mai fruitori di offerta culturale (ad esempio persone disabili, anziane o che presentano uno stato di fragilità sociale). L’altro cruciale elemento che favorisce l’empowerment dei visitatori è il ruolo delle nuove tecnologie e lo sviluppo digitale dei musei, determinanti soprattutto nell’attrarre nuovo pubblico dalle nuove generazioni (Cerquetti, 2013). In particolare, il caso di studio analizzato fa riferimento al percorso di sviluppo del museo virtuale e partecipativo DOLOM.IT, nato nel 2016 attraverso un processo bottom-up che ha visto il coinvolgimento attivo dell’associazione ISOIPSE e della fucina creativa ADOMultimedia Heritage nell’intento di produrre un insieme di contenuti culturali co-creati assieme alle comunità dolomitiche, anche attraverso la collaborazione con i musei fisicamente presenti sul territorio. A partire da questo caso di studio, il contributo vuole quindi mettere in evidenza e problematizzare il ruolo del museo-piattaforma partecipativo e digitale quale promotore di innovazione sociale, in quanto cerca di fornire una risposta condivisa e collettiva a un bisogno sociale reale di valorizzazione e promozione del patrimonio. I modelli museali partecipativi, infatti, permettono maggiore consapevolezza e partecipazione alla produzione culturale, con ricadute positive ad ampio raggio su tutto il tessuto sociale, favorendo ad esempio nuovi rapporti con attori strategici - quali le scuole - o le relazioni tra musei di un territorio. La cultura può essere letta quindi come un elemento intrinseco dell’innovazione sociale, in quanto ha a che fare con la produzione di senso e significato, che diviene particolarmente efficace laddove essa avviene in modo inclusivo, anche attraverso l’utilizzo di strumenti digitali e partecipativi. In questo contesto, l’utilizzo della tecnologia non è neutro ma è un elemento fondamentale per veicolare l’innovazione sociale e i nuovi meccanismi partecipativi ad essa connessi.

2. I nuovi modelli museali partecipativi

2.1 *Un breve excursus museologico*

Come si è già sottolineato nell'introduzione, la Convenzione sul Valore del Patrimonio per la Società (2005) sancisce formalmente, a livello internazionale, un cambiamento di paradigma patrimoniale che sposta l'attenzione dal patrimonio in quanto oggetto di studio, della visita o dell'esperienza culturale, alle persone che danno ad esso valore. Un cambiamento interpretativo sancito anche da Byrne (2008), che introduce una lettura del patrimonio come processo costruito a livello sociale. Questa trasformazione di sensibilità legata al patrimonio può essere pienamente compresa se posta in riferimento al contesto culturale e sociale più ampio, e all'influenza che, su questo, hanno avuto quei mutamenti tecnologici che tendono ad affermare quella che Jenkins definisce "cultura partecipativa". All'interno di una cultura partecipativa come quella in cui viviamo oggi, ogni membro è stimolato a partecipare alla produzione di contenuti e alla loro circolazione (Jenkins, 2009).

Le istanze della cultura partecipativa hanno preceduto la rivoluzione digitale: per restare nel campo museale, come si vedrà più ampiamente in seguito, il modello ecomuseale si sviluppa proprio come modalità organizzativa partecipata, enfatizzando il ruolo della popolazione locale nella gestione e valorizzazione del patrimonio culturale. Nonostante ciò, è chiaro che l'avvento di Internet e delle piattaforme sociali hanno contribuito alla piena affermazione della cultura partecipativa: la possibilità di "archiviare, annotare, appropriarsi e fare ri-circolare il contenuto in nuovi modi molto efficaci" (Jenkins *et al.*, 2009) ha radicalmente modificato le aspettative delle persone, che non si sentono più solo consumatori di un prodotto finito ma desiderano partecipare alla sua creazione. Questa progressiva trasformazione dalla portata rivoluzionaria ha attraversato tutti i livelli della società, modificandola profondamente. Il settore culturale non è immune da questo cambiamento: si è trovato, infatti, a dover rispondere ad un ruolo rinnovato dei propri pubblici che da fruitori passivi sono diventati partecipanti attivi delle proprie esperienze o "prosumers" (Fois, 2015). Particolarmente sintomatico è stato il mutamento all'interno del comparto museale, che ha visto l'introduzione non solo di nuovi spazi e strumenti per entrare in relazione con i propri visitatori, ma anche di una serie di rivoluzioni concettuali che stanno modificando l'interpretazione dell'istituzione all'interno della società, sovvertendo alcuni dei principi su cui si basava il museo tradizionale.

Se questa attenzione da parte dei musei a un coinvolgimento attivo delle comunità ha trovato nella rivoluzione tecnologica contemporanea nuovi spazi e modalità di sviluppo, non si può non riconoscere come questa si innesti all'interno di un processo trasformativo più ampio, avviato dagli inizi degli anni Settanta e riconosciuto nella letteratura museologica con il termine di Nuova Museologia (Vergo, 1991; Desvallés, 1992; 1994). È all'interno di questo processo che si struttura, come paradigma significativamente innovativo, il modello ecomuseale che contribuisce alla destrutturazione del museo tradizionale sia in senso spaziale che in relazione alla propria missione costitutiva.

Dal punto di vista spaziale, l'ecomuseo ha introdotto la concezione museografica di un museo diffuso e disperso nel territorio – un "musée éclaté", esploso nello spazio (Rivière, 1980) – senza un centro espositivo di riferimento, ma con una costruzione corale della narrazione patrimoniale. Per quanto riguarda la sua *mission*, il modello ecomuseale – che nasceva da una spinta sociale e museologica che poneva i musei al centro della vita sociale e culturale delle comunità – ha riconosciuto il ruolo patrimoniale delle comunità, la natura collettiva del progetto museale e, in particolare, la sua natura processuale e trasformativa. Nella riflessione museologica, l'ecomuseo viene identificato e descritto non tanto nella sua natura di istituzione culturale quanto come un'azione trasformativa del territorio, come processo durante il quale la comunità diventa partecipe del proprio contesto geografico, culturale e sociale attraverso un fare negoziato e partecipato, in cui difficilmente si può riconoscere e distinguere i promotori dagli attori e fruitori del patrimonio (Davis, 2011; de Varine 2017).

Questo modello contrappone alla singola interpretazione curatoriale una pluralità di voci e narrazioni che ritroviamo anche nei paradigmi museologici successivi. Nel 2000, Eilean Hooper-Greenhill afferma l'avvento di un *post-museo* che si fa polivocale e relazionale, descrivendo un'istituzione aperta, che coinvolge pubblici

diversi e accoglie diversi punti di vista e interpretazioni. Si tratta di un modello che evidenzia una crisi dell'autorità curatoriale e preannuncia la sua riconfigurazione in una "Open Authority", descritta come "l'unione delle competenze istituzionali con le esperienze e gli approfondimenti del vasto pubblico della rete" (Phillips, 2013).

In ambito museologico, l'avvento di Internet e delle piattaforme digitali spinge ulteriormente il museo ad avvicinarsi ai modelli partecipativi. Nel 2010, viene pubblicato *The participatory museum*, uno dei contributi più significativi nell'affermare le istanze della cultura partecipativa in ambito museale. All'interno di questo testo, Nina Simon predice l'avvento di un'istituzione pienamente partecipativa ispirata ai meccanismi del Web 2.0: da tempio di trasmissione di contenuti chiusi legati a un patrimonio definito a priori, il museo inizia a configurarsi come una piattaforma per la creazione di nuove interpretazioni e, di conseguenza, nuovi patrimoni. La metafora di piattaforma verrà ripresa in più occasioni (Simon, 2010; Stack, 2013), dimostrando come il rapporto con la tecnologia non influenzi i musei solo a livello pratico – introducendo nuovi canali di trasmissione dei contenuti e nuove modalità operative – ma anche ontologico, stimolando nuove interpretazioni di museo e patrimonio. Questa interpretazione del museo come piattaforma per la creazione di contenuti segna un passaggio fondamentale nello sviluppo museologico: quello del museo *post-digitale* (Parry, 2013). Il termine, introdotto da Parry nel 2013, indica una fase in cui la tecnologia digitale è stata normalizzata all'interno dell'istituzione e il 'digital thinking' è diventato parte integrante di come l'istituzione concepisce il proprio ruolo, la sua missione e lo sviluppo futuro. In questo contesto, la piattaforma si costituisce non solo quale strumento ma si presta a fungere da metafora operativa di riferimento. Essa incarna un nuovo modello di business basato sulla co-creazione e sull'evoluzione del ruolo del consumatore in attore del processo produttivo patrimoniale. Un museo che considera i pubblici come potenziali creatori dei propri contenuti è un museo che fa della piattaforma un modello concettuale, oltre che uno strumento operativo. Rappresentando un nuovo modello di business, la piattaforma "influenza la concezione stessa del museo, la progettazione delle attività, le modalità di coinvolgimento del pubblico" (Zardini Lacedelli, 2018: 36).

2.2 Museo-Piattaforma ed ecomuseo: pratiche a confronto

Con il termine 'Museo-Piattaforma' (Zardini Lacedelli, 2018) viene identificato un nuovo modello museale che si fonda sulle istanze della cultura partecipativa e dell'evoluzione del museo nell'era post-digitale. Nelle sue caratteristiche, il museo-piattaforma presenta molti tratti di affinità con l'ecomuseo che pone questi paradigmi concettuali in profonda antitesi al modello di museo tradizionale. Come l'ecomuseo, il museo-piattaforma si rivolge a un'area diffusa, senza necessariamente avere una sede fisica (1); il patrimonio di pertinenza non origina necessariamente da una collezione pre-esistente, bensì viene co-creato con i membri della comunità (2); il suo sviluppo è definito dal crescente network di attori che coinvolge nel processo di co-creazione, piuttosto che dal numero di visitatori che attrae (3).

(1) Entrambi i paradigmi richiamano una concezione spaziale diffusa che rientra nel modello che è stato definito in letteratura con il termine di *ombrello ecomuseale*: un museo sviluppato su un'estensione geografica considerevole, inclusivo di diverse risorse patrimoniali legate fra loro da tematiche storiche e culturali comuni. Dispone di uno o più siti museali e i collegamenti tra questi sono realizzati non solo attraverso itinerari fisici percorribili, ma anche attraverso un progetto territoriale negoziato da enti amministrativi e cittadinanza (Maggi *et al.*, 2000).

(2) La seconda affinità riguarda la centralità della comunità nella generazione e gestione di nuovi patrimoni e l'attenzione verso una lettura processuale e non sostanziale del patrimonio (Kirshenblatt-Gimblett, 1995). Diverse sono le modalità di coinvolgimento che portano ad una segmentazione della popolazione in relazione alla progettualità e ai diversi obiettivi da sviluppare siano questi culturali, economici o politici. Per quanto riguarda l'ecomuseo, le metodologie più spesso utilizzate sono *gli inventari partecipati del patrimonio* (de Varine, 2005), le *mappe di comunità* (Leslie, 2006; Clifford *et al.*, 2006; Reina, 2014), e il coinvolgimento

della popolazione nella riproposizione in forme performative e narrative di elementi del patrimonio che spesso riguardano le pratiche di cultura popolare (ad esempio: saperi di mestiere e abilità artigiane; repertori coreutici e di canti; narrativa popolare) e la storia locale. Nel caso del museo-piattaforma, queste pratiche si avvalgono di tecnologie per la creazione di un'ampia gamma di prodotti digitali (a titolo di esempio, mappe interattive, videointerviste e videonarrazioni, tour multimediali sul territorio). In entrambi i casi, il tentativo è quello di elaborare una lettura a partire dal processo attivato, e non dal prodotto finale.

(3) Il terzo elemento che avvicina il museo-piattaforma al modello ecomuseale è l'attenzione primaria allo sviluppo di una community di attori che prendono parte al processo patrimoniale (community-driven). Sia l'ecomuseo che il museo-piattaforma stimolano la formazione di una comunità in cui ogni membro "può muoversi dal ruolo di consumatore a quello di attore, persino autore del museo" (Rivière, 1989: 164-165). Un processo quindi che per propria natura costitutiva può prevedere fasi di incremento, trasformazione e innovazione, ma anche di profonda disaffezione a causa di esigenze ed istanze che portano le comunità ad abbandonare e concludere definitivamente il progetto.

Ciò che differenzia i due modelli è il rapporto con la dimensione post-digitale. Gli ecomusei, come descritto sinteticamente in precedenza, sono esito di quelle trasformazioni culturali e sociali che hanno fortemente caratterizzato gli anni Sessanta e Settanta del Novecento. In questo senso come istituzioni culturali, gli ecomusei rimangono profondamente legati ad una motivazione di tipo ideologico che, se da una parte alimenta e sostiene il progetto, coinvolgendo i diversi attori attorno ad un'idea forte di sviluppo e cambiamento, dall'altra parte rischia di limitare lo spazio innovativo. Gli ecomusei, profondamente legati ad una matrice identitaria storicamente connotata, fanno difficoltà a recepire il nuovo orizzonte della digitalità. Il museo-piattaforma nasce invece come paradigma post-digitale. Questa difformità si riflette nell'individuazione degli attori coinvolti (a), nel processo patrimoniale (b) e nella dimensione spaziale (c).

(a) Mentre nell'ecomuseo la comunità è intesa generalmente come l'insieme delle persone che si riconoscono nell'appartenenza a quel territorio geograficamente delimitato sul quale l'ecomuseo si propone di intervenire, nel museo-piattaforma la comunità non è vincolata da un riferimento geografico, ma viene definita dagli attori interessati al processo patrimoniale, che possono superare i confini territoriali.

(b) Nel caso dell'ecomuseo, le comunità diventa il primo riferimento per la selezione e narrazione del patrimonio nelle pluralità delle forme che lo caratterizzano, siano queste materiali o immateriali. Il museo-piattaforma supera la dicotomia materiale/immateriale integrando il processo patrimoniale all'interno di una nuova categoria patrimoniale: quella dei patrimoni digitali (*digital cultural heritage*). All'interno del manifesto 'Ventotene Digitale', la Digital Cultural Heritage School italiana propone una duplice interpretazione di questa categoria: da un lato il digitale in quanto patrimonio culturale (*digital as cultural heritage*), riferendosi a tutte le risorse culturali nate in digitale (*born digital*) o convertite in digitale da risorse analogiche preesistenti; dall'altro il digitale per il patrimonio culturale (*digital for cultural heritage*), riferendosi a tutti i processi messi in atto per valorizzare le risorse culturali preesistenti e generare nuovi significati e interpretazioni.

(c) La natura digitale del patrimonio aggiunge un'altra dimensione anche all'estensione spaziale del museo. Seppur condividendo la natura diffusa contrapposta alla presenza di un'unica sede centralizzata del museo tradizionale, gli spazi del museo-piattaforma si estendono dal territorio fisico a quello del web, includendo piattaforme digitali che ospitano patrimoni digitali e processi partecipativi messi in campo attraverso la rete.

La tabella seguente mette a confronto il museo tradizionale, l'ecomuseo e il museo-piattaforma secondo i criteri di pertinenza individuati dal museologo inglese Patrick Boylan (1992):

Tabella 1 - Criteri di confronto tra museo-tradizionale, ecomuseo e Museo-Piattaforma

<i>Criteri</i>	<i>Museo tradizionale</i>	<i>Ecomuseo</i>	<i>Museo-Piattaforma</i>
Spazio di riferimento	Edificio	Territorio	La rete
Focus dell'interpretazione	Collezione	Patrimonio in senso olistico	Patrimoni digitali
Priorità organizzative	Disciplinare	Interdisciplinare	Interdisciplinare
Pubblico di riferimento	Visitatori	Comunità territoriali	Comunità virtuali e reali
Controllo e Potere	Museo e i suoi organi	Collettività e i suoi organi di gestione	Attori coinvolti nel processo di creazione di contenuti

Fonte: nostra elaborazione su schema proposto da Patrick Boylan (1992)

3. Il caso di studio DOLOM.IT e la sua interazione con l'ecomuseo Lis Aganis³

È nell'incontro tra questi due modelli e le istanze partecipative che essi propongono che trae spunto il caso studio qui presentato.

Il museo virtuale DOLOM.IT si sviluppa a partire dal 2016 nell'ambito di un progetto sperimentale avviato dall'associazione ISOIPSE. Sinergie Strategie Territorio e dalla fucina creativa ADOMultimedia Heritage, che prevedeva la creazione di un museo virtuale del paesaggio come esito di una serie di laboratori didattici sviluppati con gli studenti di dieci classi delle scuole superiori della Provincia di Belluno. Negli anni successivi, il progetto si è ampliato fino a coinvolgere altri attori territoriali: oltre alle scuole, anche musei, archivi, associazioni culturali del territorio hanno contribuito alla creazione dei contenuti digitali del museo. DOLOM.IT si costituisce come un laboratorio in progress, che ha visto nel corso del suo primo biennio di vita un ampliamento in termini di attori coinvolti e un incremento di sperimentazioni rispetto ai pubblici sollecitati e alle di tecnologie utilizzate, fino ad intercettare nel corso dell'ultima annualità il paradigma ecomuseale. Da questo punto di vista, DOLOM.IT è stato strutturato con confini e contenuti non definiti aprioristicamente ma permeabili, secondo un modello di "Museo-Piattaforma" (Zardini Lacedelli, 2018), per la creazione di nuove interpretazioni e, di conseguenza, nuovi patrimoni. Si proverà, in questo senso, ad analizzare la portata innovativa di DOLOM.IT e a capire quanto la dinamica del "Museo-Piattaforma" possa risultare propulsiva anche quando si innesta sul modello ecomuseale, per sua natura partecipativo e strutturato a partire da processi di co-costruzione dal basso, ma fortemente radicato in una dimensione territoriale.

3.1 Contesto territoriale, start up di DOLOM.IT e genesi dell'ecomuseo

L'idea di creare un museo virtuale nasce a partire da alcune considerazioni relative al patrimonio culturale e, nello specifico museale, della Provincia di Belluno. Quest'ultimo, che si colloca al di fuori dei grandi circuiti culturali italiani, risulta ricco e differenziato in relazione alle modalità di organizzazione e alla tipologia: "musei d'arte, storici, archeologici, etnografici, naturalistici e specializzati" (Da Deppo, 2012: 6). È caratterizzato dalla presenza di una settantina di piccole realtà museali, la cui gestione spesso è demandata a volontari che alla passione per la cura del proprio polo museale non sempre abbinano un'aggiornata competenza in termini di servizi didattici e divulgativi. Anche laddove la gestione sia affidata a personale stipendiato – direttamente dall'ente gestore o tramite affidamento a soggetto esterno – si evidenzia una carenza di specializzazione: basti pensare che solo 10 musei hanno curatori museali qualificati, mentre la ricerca scientifica è quasi totalmente assente.

Nonostante questa situazione frammentaria e composita, i musei del territorio rappresentano un “vero presidio sul territorio, snodi cruciali lungo percorsi allo stesso tempo conoscitivi ed educativi” (Da Deppo, 2012: 5). A partire dalla specificità tematiche delle singole realtà si è assistito, nel corso dell’ultimo decennio, a tentativi di coordinamento e gestione attraverso reti museali, a garanzia di una migliore offerta culturale e una maggiore valorizzazione del contesto locale.⁴ Queste agiscono a diversi livelli sul fronte della riqualificazione dell’offerta culturale attraverso un rafforzamento del coordinamento dei servizi essenziali di accoglienza, custodato e didattico, una crescita della circolarità delle informazioni e della promozione condivisa e della formazione degli operatori (di ruolo e volontari). Tali tendenze testimoniano la crescente attenzione per gli standard qualitativi dei servizi offerti con un rafforzamento, in particolare, di quelli di natura educativa e didattica.

In questo quadro, la sfida lanciata da DOLOM.IT era quella di creare un museo virtuale del paesaggio dolomitico costruito interamente dagli abitanti delle Dolomiti, divenuti curatori museali dell’era digitale. Questo a partire da una duplice esigenza: da un lato la necessità di coinvolgere quei pubblici non ancora intercettati dai musei tradizionali, in particolare i giovani che attraverso la partecipazione ai processi di valorizzazione museale possono divenire maggiormente consapevoli del patrimonio culturale del proprio territorio; dall’altra la necessità di innovare le competenze degli operatori didattici, puntando in particolare all’utilizzo degli strumenti digitali attraverso un approccio partecipativo.

Il tentativo di dare risposta a tali bisogni inizia nel 2016 grazie ad un progetto sviluppato all’interno dell’Associazione ISOIPSE⁵, soggetto collettivo fortemente *embedded* nella comunità di riferimento. L’Associazione nasce nel 2014 da un gruppo di giovani della Provincia di Belluno mossi dalla volontà di svolgere la propria professione nel territorio montano, integrando le proprie professionalità e competenze in ambito sociologico, antropologico, architettonico, ambientale, economico, comunicativo e del management museale⁶. Non è un caso che sia stata ISOIPSE a dar voce al bisogno espresso dai piccoli musei del territorio bellunese. Infatti, diversi soci dell’associazione già operavano all’interno delle realtà museali locali, come operatori didattici o con altri ruoli organizzativi e progettuali. L’interazione tra gli attori museali locali e il *know-how* associativo ha di fatto permesso di sostanziare l’idea innovativa. In particolare, due soci hanno sviluppato specifiche competenze relative agli strumenti e alle culture digitali, dando origine a una fucina creativa che si occupa esclusivamente di progetti di valorizzazione digitale del patrimonio: ADOMultimedia Heritage⁷. Al tempo stesso, in virtù della natura sistemica e partecipativa del modello-piattaforma, DOLOM.IT ha avuto la capacità di mobilitare un *melieu* di risorse e competenze appartenenti all’associazionismo giovanile e culturale locale.

In un certo qual modo, rifacendosi alla “funzione innovativa” (Schumpeter, 1967), il meccanismo messo in atto da DOLOM.IT ha di fatto di ri-combinato i fattori produttivi legati alla produzione culturale locale, scombinando gli equilibri preesistenti. Le prospettive messe in luce dai nuovi modelli museali, accanto alla sinergia tra i soggetti sopra citati e le istanze di cui sono portatori - il radicamento con il territorio montano, i modelli partecipativi e di sviluppo sostenibile, la digitalità e i suoi nuovi orizzonti culturali - hanno messo in circolo risorse e creatività delle comunità locali, in un approccio *bottom-up*.

Al contempo, l’evoluzione del progetto DOLOM.IT è collegato all’apporto che l’associazione ha ricevuto attraverso il Bando FUNDER 35⁸, che ha permesso la creazione di una nuova sezione del museo virtuale in collaborazione con l’associazione Lis Aganis, che gestisce l’Ecomuseo delle Dolomiti Friulane. Questa partnership è nata da un’idea di sviluppo di DOLOM.IT in un contesto patrimoniale diffuso e partecipato quale quello ecomuseale, in modo da verificare quanto i due modelli di riferimento potessero integrare e rafforzarsi reciprocamente. Al tempo stesso l’apporto di ulteriori finanziamenti attraverso la partecipazione a bandi locali, ha permesso l’implementazione di altre azioni didattiche.

L’esperienza di DOLOM.IT nasce quindi all’interno di un contesto associazionistico fortemente motivato e dotato di buon capitale relazionale di tipo informale, dato dalla pregressa *expertise* progettuale, ma al tempo stesso poco strutturato da un punto di vista formale. In questa prospettiva diventa significativo anche per il prosieguo dell’analisi, introdurre alcuni elementi di confronto con l’ecomuseo Lis Aganis: la ricostruzione del percorso costitutivo permette infatti di evidenziare alcuni importanti elementi strutturali, che

concorrono a problematizzare il quadro di riferimento all'interno del quale leggere l'interazione tra i due modelli.

Diversamente da DOLOM.IT, l'ecomuseo Lis Aganis nasce nel 2004 come esito di un'azione fortemente strutturata guidata da GAL Montagna Leader di concerto con gli enti locali, le amministrazioni e le realtà culturali del territorio della montagna pordenonese. L'obiettivo era quello di agire, attraverso un meccanismo top-down – il finanziamento attraverso bandi specifici del Piano di Sviluppo Locale – per un'azione di sviluppo culturale e sociale su un territorio fortemente marginale come quello della montagna friulana. L'ecomuseo trova infatti estensione nella parte nord-occidentale della ex provincia di Pordenone che oggi, per dimensione, può essere assimilata al territorio delle Unioni Territoriali delle Dolomiti Friulane e del Livenza-Cansiglio-Cavallo⁹. Un territorio molto ampio, per un totale di 27 comuni coinvolti, dalle caratteristiche ambientali e paesaggistiche differenziate ma complessivamente attraversate da una forte marginalità dovuta alle particolari condizioni morfologiche, che presentano una montagna aspra e dalle difficili condizioni climatiche e una pianura povera e magra. Questa situazione ha alimentato nel tempo un'economia locale limitata, di sussistenza, chiusa e strettamente connessa all'attività agro-silvo-pastorale e a piccole forme di artigianato, in particolare quello del legno, complessivamente soggetta a flussi migratori strutturali e periodici (Barazzutti, 1993).

In questo contesto, il GAL ha deciso di intervenire proponendo ai diversi attori del territorio – amministrazioni, enti locali, associazioni culturali e sportive – di adottare il modello ecomuseale quale possibilità di sviluppo, attraverso un'azione di rete, di un percorso di documentazione e valorizzazione del patrimonio locale a partire dal quale intervenire, in chiave trasformativa, sulla marginalità sociale ed economica del territorio. In questo senso, l'associazione culturale Lis Aganis si costituisce come soggetto giuridico per poter rispondere concretamente ai bandi di finanziamento che Montagna Leader struttura sulle seguenti azioni: il censimento delle emergenze patrimoniali del territorio, la realizzazione di reti didattiche in collaborazione con le scuole elementari, la creazione di un coordinamento di gestione per la rete ecomuseale e la predisposizione e realizzazione di iniziative ed eventi di animazione culturale¹⁰.

Ai 17 soci fondatori del 2004 (9 amministrazioni comunali e 8 associazioni culturali) nel tempo si sono aggiunte molte realtà del territorio fino a contare, nell'anno 2017, 22 comuni e 33 tra associazioni culturali, pro loco, istituti comprensivi ed enti locali¹¹. Si tratta quindi di una realtà decisamente articolata e complessa che, per sua natura costitutiva, integra al suo interno esigenze e istanze difformi: aspetti, motivazioni e obiettivi culturali, politici ed economici che i diversi soci necessariamente rappresentano, sostengono e negoziano attraverso le strutture gestionali e rappresentative dell'ecomuseo.

3.2 Mission, processi partecipativi, attori coinvolti e outcomes

Il Museo DOLOM.IT è un museo “nativo digitale”: non ha una sede fisica ma è composto interamente da patrimoni digitali co-creati insieme agli abitanti dell'area dolomitica. Il suo sviluppo quindi più che dal numero di visitatori che attrae, viene definito dal numero di attori che coinvolge nel suo processo partecipativo. In questo senso, è stato indicato come esempio compiuto di un museo-piattaforma (Zardini Lacedelli, 2018). Seppur in una fase ancora iniziale del suo ciclo di sviluppo, nei primi tre anni di vita è riuscito a coinvolgere più di 900 partecipanti nella co-creazione di contenuti e 50 partner.

La prima tipologia di attore coinvolto sono stati gli istituti scolastici. Il museo è stato lanciato nel web 2016 con una prima sezione dedicata al tema *acque*, composta dalle narrazioni digitali di 10 classi di 9 istituti superiori della Provincia di Belluno¹². Nell'ambito di questa prima edizione, 150 studenti hanno intervistato esperti e anziani, visitato musei, svolto ricerche negli archivi e in internet, re-interpretato leggende, registrato detti popolari, progettato giochi di ruolo sui personaggi del passato. Soprattutto, hanno raccolto il materiale, hanno deciso come impostarlo e caricarlo online, divenendo i veri e propri curatori del loro museo virtuale (Szabo, Zardini Lacedelli, Pompanin, 2017). Nel 2017 e 2018, è proseguito il coinvolgimento di altre fasce scolastiche (scuola primaria e infanzia), mentre sono stati attivati nuovi processi partecipativi insieme ad altre tipologie di attori, territoriali e nazionali.

La tabella allegata al presente contributo (Allegato 1) riassume le principali tipologie di attori coinvolti, le edizioni dei progetti che hanno permesso la creazione collaborativa di contenuti, altri partner coinvolti nel processo partecipativo e gli output (prodotti digitali realizzati). Per guidarne la lettura e l'analisi si evidenziano alcuni elementi particolarmente significativi che permettono l'articolazione del confronto con l'esperienza ecomuseale.

Complessivamente si possono individuare cinque articolazioni, macro indirizzi, che hanno caratterizzato ad oggi lo sviluppo del museo-piattaforma. Ciascuno di questi ha di fatto permesso la generazione di contenuti patrimoniali a fronte di un coinvolgimento altamente specializzato di gruppi, "comunità patrimoniali", che la progettazione di DOLOM.IT ha saputo di volta in volta costituire e attivare.

Il primo macro indirizzo riguarda la progettazione e realizzazione di laboratori didattici con le scuole come meccanismo di selezione e costruzione di patrimonio: la narrazione digitale diventa in questo caso il medium condiviso attraverso cui non solo arrivare alla creazione di un bene museale, definito, riconoscibile e da rendere fruibile attraverso la piattaforma, ma anche aprire uno spazio interpretativo potenzialmente infinito sul territorio. 25 sono i prodotti digitali realizzati dal 2016 al 2018, che spaziano da videointerviste a testimoni del territorio, audiostorie che danno vita agli oggetti dei musei, videonarrazioni delle leggende dolomitiche, telegiornali d'epoca, mappe sonore di opere d'arte, un blog sull'orto, libri digitali ispirati alle coltivazioni tradizionali, un atlante dell'architettura rurale, tour multimediali e sonori alla scoperta del paesaggio e storie che nasconde.

La seconda articolazione rimanda a quelle azioni che DOLOM.IT ha promosso come esperienze specifiche di produzione di *beni patrimoniali digitali* in funzione di pratiche di ricerca e sperimentazione nell'ambito del coinvolgimento delle comunità virtuali. In questo contesto, significativo è il progetto dell'*Archivio del paesaggio sonoro dolomitico*: un archivio collaborativo costituito dai materiali sonori ispirati al paesaggio sonoro dolomitico inviati dagli utenti della rete. L'archivio, in via di sviluppo, trova spazio all'interno della piattaforma SoundCloud¹³, e spazia da suoni naturali registrati in ambiente a vere e proprie composizioni sonore realizzate da antropologi del suono, musicisti o semplici appassionati.

Il terzo macro-indirizzo prevede una modalità forte di coinvolgimento degli attori territoriali (culturali, economici, turistici) per la promozione digitale del patrimonio dolomitico diffuso. Il meccanismo di coinvolgimento si avvale dell'adesione a campagne internazionali nate per la promozione digitale della cultura – nello specifico: Invasioni Digitali¹⁴ e MuseumWeek. In questo ambito d'azione, il target riguarda operatori provenienti da associazioni, musei, enti locali legati sia al mondo culturale che turistico. Particolarmente rilevante è stata l'adesione alle due edizioni di Invasioni Digitali, che ha portato il museo virtuale ad essere identificato dagli altri attori territoriali come soggetto coordinatore della manifestazione in ambito dolomitico¹⁵.

Il quarto macro-indirizzo riguarda la creazione di tour e itinerari multimediali che prendono spunto dai materiali digitali prodotti attraverso le prime due azioni descritte (prodotti digitali con le scuole nel primo macro-indirizzo e patrimoni digitali nel secondo macro-indirizzo) e beneficiano della rete di promozione creata grazie alle azioni evidenziate nel terzo macro-indirizzo. Questo quarto asse di sviluppo ha finora portato alla realizzazione di otto tour sulla app di izi.TRAVEL, resi disponibile direttamente sul profilo di DOLOM.IT o sui profili degli altri attori che hanno beneficiato della consulenza del museo virtuale per avvicinarsi allo strumento digitale¹⁶. In questo ambito, sono inoltre in fase di sviluppo e sperimentazione alcuni itinerari realizzati attraverso un format innovativo di esplorazione del territorio. Il Museo virtuale, infatti, ha recentemente attivato una collaborazione con il Centro di Produzione Teatrale La Piccionaia di Vicenza, che nel 2010 ha ideato il format *Instant Silent Play*: una radioguida teatrale con cuffie senza fili che trasmettono suoni, racconti, suggestioni poetiche e musicali, che i partecipanti ascoltano attraversando i luoghi stessi che le hanno generate. Il primo itinerario, realizzato nell'ambito di un corso di formazione (vedi macro-indirizzo 5), ha posto le basi per lo sviluppo di una serie di esperienze di fruizione innovativa del territorio che hanno la capacità di trasmettere al pubblico le caratteristiche essenziali del museo: la sua presenza virtuale e diffusa (il museo non ha una sede fisica ma il suo ambito di azione è il paesaggio dolomitico di volta in volta evocato dai contenuti prodotti o in questo caso fisicamente attraversato), la sua natura partecipativa (i partecipanti sono

avvolti in una ‘bolla sonora’ che permette un’esperienza comunitaria e intima al tempo stesso), la creazione collaborativa dei contenuti (le tracce audio sono frutto del lavoro creativo degli operatori culturali di volta in volta coinvolti nella fase di ricerca e sviluppo del Silent Play),

Il quinto indirizzo è trasversale e propedeutico a tutti i precedenti per il suo ruolo nella diffusione di una cultura digitale che possa sostenere le singole attività e inserirle all’interno di un orizzonte comune. Si tratta delle azioni di formazione messe in campo e rivolte primariamente agli operatori culturali che operano nelle istituzioni che vengono di volta in volta coinvolte nei processi partecipativi. Questo macro-indirizzo si è delineato al termine del primo anno di vita del museo, in seguito all’emergere di una serie di gap conoscitivi tra i co-fondatori della piattaforma, che provenivano da esperienze di valorizzazione digitale del patrimonio culturale, e gli operatori didattici che non avevano sperimentato fino ad allora strumenti e metodologie proprie della recente disciplina del *digital heritage*. Oltre a un’esigenza di padronanza degli strumenti e dei linguaggi digitali necessari per presidiare i processi di co-creazione insieme alle comunità scolastiche, la necessità più forte è stata quella di raggiungere una comprensione del nuovo orizzonte culturale che la rivoluzione digitale ha introdotto nel mondo museale, lo stesso orizzonte che ha portato la museologia contemporanea a delineare i nuovi modelli museali partecipativi¹⁷.

Un forte impulso all’avvio di questo macro-indirizzo è stato dato dal corso *I Musei e le Nuove Culture Digitali*¹⁸, che ha permesso di coinvolgere più di 90 operatori culturali provenienti da 32 partner della Provincia di Belluno e Treviso in attività di formazione e consulenza. Il corso, progettato dai co-fondatori di Museo Dolom.it che presidiano anche il coordinamento dei macro-indirizzi, ha permesso di trasmettere la consapevolezza del cambiamento teorico e operativo a diversi livelli: *in primis* nella didattica museale (principale filone che vede protagonisti gli operatori culturali del bellunese nonché i soci dell’associazione ISOIPSE) che ha visto l’introduzione di processi di creazione di contenuti patrimoniali digitali; secondariamente nella comunicazione e nel coinvolgimento dei pubblici online; in terza analisi nel sottolineare come la produzione culturale sia attraversata da nuove modalità di fruizione del patrimonio; e in ultimo nella curatela che oggi si confronta con nuove entità patrimoniali digitali che sostanziano anche i contenuti culturali del museo virtuale DOLOM.IT. In parallelo, è stata avviata un’azione formativa anche all’interno del Bando Funder35, rivolta esclusivamente agli operatori dell’ecomuseo LisAganis (cfr.par. 3.3).

3.3 L’interazione tra Museo Dolom.it e l’ecomuseo Lis Aganis

La relazione tra DOLOM.IT e l’ecomuseo Lis Aganis si struttura, come è già stato illustrato, all’interno di una progettualità definita, che fin dall’inizio ha collocato i due attori patrimoniali in un contesto operativo legato alla formulazione di un’azione didattica che coinvolgesse l’ecomuseo nell’implementazione e nello sviluppo del museo-piattaforma DOLOM.IT. La relazione di partenariato, avviata grazie al bando FUNDER 35, ha sottolineato fortemente la natura collaborativa del progetto. In questo senso l’interazione tra i due soggetti non ha significato esclusivamente un confronto tra modelli e pratiche museali diverse -seppur in parte decisamente complementari- quanto la possibilità di aprire uno spazio di sperimentazione a livello metodologico e progettuale. Uno spazio in cui una realtà ancora fortemente informale e dinamica come il museo-piattaforma DOLOM.IT ha incontrato un’istituzione patrimoniale, formalmente e istituzionalmente riconosciuta, la cui esperienza decennale ha strutturato pratiche definite e precise modalità d’azione¹⁹. Un piano di confronto attivo e paritario che si fa decisamente produttivo per entrambi i modelli in senso evolutivo e trasformativo.

Diventa, quindi, metodologicamente utile ricordare come l’intervento di DOLOM.IT non agisca in un contesto neutro o decisamente debole dal punto di vista della pratica partecipativa e della documentazione patrimoniale, ma si introduca come meccanismo innovativo all’interno di un’istituzione territoriale che in maniera significativa ha nel tempo identificato e circoscritto i propri elementi culturali di riferimento. Non essendo questa la sede per un’analisi dettagliata dei meccanismi di significazione patrimoniale messi in atto dall’ecomuseo Lis Aganis, rimane tuttavia utile evidenziare come questi propongono modelli di narrazione fortemente codificati (ad esempio: enfasi su alcuni aspetti della cultura locale; coinvolgimento di segmenti ricorrenti e specifici della comunità locale; l’integrazione di logiche e interessi politici ed economici forti), che

-potenzialmente- il digitale può contribuire a decostruire e rinnovare, introducendo nuove modalità operative e nuovi linguaggi. In questa prospettiva, DOLOM.IT, presentandosi come possibile, ma non esclusiva progettualità didattica ha promosso l'introduzione di una nuova metodologia, mostrandosi piuttosto un asse progettuale aggiuntivo e non sostitutivo delle azioni già in corso.

L'attività didattica, rivolta principalmente alla scuola prima e alla scuola secondaria di primo grado, rimane infatti uno degli indirizzi principali d'azione dell'ecomuseo. Questa pur possedendo delle proposte didattiche e degli itinerari ben delineati che costituiscono una base consolidata e nota delle sue progettualità, si attiva – nella figura del coordinatore dell'ecomuseo – in maniera innovativa ogni qual volta ne viene fatta richiesta sviluppando percorsi tematici specifici²⁰. Lasciando ai margini il modello di didattica più formalizzato e tradizionale²¹, è interessante invece segnalare come vi siano contesti progettuali che si avvicinano in maniera significativa alle modalità d'azione proposte dal museo piattaforma: promuovendo l'attivazione di “comunità patrimoniali” che intervengono concretamente nella costruzione dei contenuti. Questo avviene quando le attività didattiche sono organizzate con il coinvolgimento diretto dei soci dell'ecomuseo, che intervengono sia nella ideazione che gestione della pratica laboratoriale per loro competenze tematiche -archeologia, ambiente, storia locale, saper fare- e organizzative -gestione di siti museali, scavi, guide del parco. Esito interessante di queste progettualità didattiche è l'aver spesso portato prima all'individuazione e poi alla socializzazione di nuovi elementi patrimoniali, progressivamente assunti dall'ecomuseo come parte della propria narrazione.

Su questa precisa possibilità generativa si è proposta di agire anche la progettazione sviluppata con il bando Funder 35 che ha coinvolto l'ecomuseo nella creazione di contenuti patrimoniali attraverso il digitale. L'azione ha come obiettivo la costituzione all'interno di DOLOM.IT di un primo percorso di narrazione patrimoniale dedicato al contesto territoriale delle dolomiti friulane da sviluppare con gli istituti scolastici del territorio. Con queste finalità, si è aperto un tavolo di lavoro con gli operatori dell'ecomuseo e i referenti progettuali di DOLOM.IT che ha portato prima all'identificazione del tema trasversale su cui agire (la trasformazione del paesaggio) e successivamente alla declinazione dei nuclei tematici su cui costruire cinque diversi laboratori con le scuole. La fase di progettazione è stata in parte preceduta da un'importante azione formativa che ha esitato successivamente in veri e propri gruppi di lavoro: la necessità di colmare una mancanza conoscitiva sul tema del digitale espressa dagli operatori di Lis Aganis ha di fatto portato alla formalizzazione di quel impegno didattico che si è visto essere parte costituente della stessa missione museale di DOLOM.IT. Anche in questo caso, quel gap conoscitivo riguarda non solo la lettura strumentale dello strumento digitale ma la sua concezione quale pratica culturale. Questo aspetto ha di fatto costituito una significativa evoluzione rispetto all'azione precedente di DOLOM.IT (sezione Acque) che aveva completamente demandato alla sperimentazione e pratica sul campo “l'alfabetizzazione” digitale degli operatori didattici sia dal punto di vista delle metodologie sia per quanto riguarda i contenuti teorici.

Ad oggi il progetto DOLOM.IT-Lis Aganis vede concludersi la parte di formazione degli operatori e di progettazione dei percorsi didattici per avviare, nei mesi di ottobre e novembre, lo sviluppo dei laboratori con gli istituti scolastici. Il forte legame con il territorio e il pregresso lavoro che l'ecomuseo ha fatto con le scuole locali ha permesso un facile reperimento dei gruppi classe da coinvolgere: in questo senso DOLOM.IT ha potuto intervenire come asse innovativo, non disperdendo il proprio potenziale in una lunga e articolata preparazione del contesto didattico, ma di fatto esprimendo fin da subito il proprio capitale trasformativo. La proposta, nel concreto, si articola nella produzione di un oggetto digitale (e-book, tour multimediali, mappe sonore, videointerviste) che sappia incorporare e trasmettere il tema lavorato e interpretato dai ragazzi. In questo senso non si tratta solo di definire o descrivere un bene (la memoria del paesaggio tradizionale; il censimento di manufatti storici; gli aspetti ambientali del territorio o altri aspetti) quanto di restituire un'interpretazione, una lettura collettiva che l'introduzione del medium digitale permette di costruire e veicolare. La narrazione personale e soggettiva del tema, la selezione delle specificità, la scelta di evidenziare alcuni elementi ed escluderne altri, elaborando un racconto coerente e collettivo, diventa una nuova costruzione patrimoniale, diffusa, implementabile e continuamente negoziabile restituita attraverso il ‘museo piattaforma’.

4. Gli indicatori di innovazione sociale per i modelli museali partecipativi

Come possono i nuovi modelli museali partecipativi essere promotori di innovazione sociale e contribuire a migliorare la qualità della vita culturale delle collettività? Questa era la domanda da cui ha preso avvio la riflessione proposte in questo contributo. Attraverso l'analisi dei modelli museali di tipo partecipativo e nello specifico attraverso il caso di studio preso in considerazione è stata proposta una lettura dell'innovazione in campo museale. È possibile classificare queste dinamiche come innovazione sociale? Come evidenziato nell'introduzione del paper l'innovazione sociale si caratterizza per alcuni specifici elementi: si tratta, infatti, della risposta a bisogni sociali emergenti attraverso idee nuove, che vedano la partecipazione attiva dei cittadini e che portino ad un miglioramento complessivo della qualità della vita della comunità di riferimento. Se un tentativo di esplicitare la portata innovativa dei musei partecipativi, di analizzare i nuovi bisogni a cui rispondono e di metterne in luce il coinvolgimento dei visitatori quali co-produttori di contenuti è stato fatto nel corso dei precedenti paragrafi, di seguito verrà fornita una lettura che ne metta in luce le ricadute a livello di contesto sociale.

Si tratta di inserire il caso di studio all'interno di un filone di riflessioni che hanno cercato di delimitare e misurare l'*impatto sociale* del museo (Matarasso, 1997; Holden, 2004). Le istituzioni museali generano un impatto sul territorio e sono portatrici di un valore aggiunto per lo stesso. Holden (2004) ad esempio mette in luce il valore *intrinseco*, *estrinseco* e *istituzionale* del museo. Considerando l'impatto sociale in senso ampio, una ricognizione della letteratura realizzata nel 2013 nell'ambito del progetto LEM ha cercato di fornire una definizione ampia del concetto di impatto sociale che consiste nel ruolo che questo può avere nello sviluppo personale e ambientale/sociale del contesto in cui è inserito (Bollo, 2013). Nel 2011, la *Nederland Museum Association* ha prodotto una pubblicazione che declina il valore museale attraverso i seguenti aspetti (DSP.GROEP, 2011):

- *Collection Value*: è l'elemento originario e centrale dell'attività museale; il valore viene attribuito in base alle attività di collezione, conservazione, gestione ed esposizione del patrimonio;
- *Connecting Value*: è correlato alla capacità del museo di agire come "connettore e mediatore tra diversi gruppi all'interno della società", agendo in collaborazione con diversi stakeholder;
- *Education Value*: si tratta della possibilità del museo di presentarsi come un contesto di apprendimento formale e informale per diverse tipologie di utenti;
- *Experience Value*: si riferisce alla capacità del museo di fornire opportunità di conoscenza e divertimento, in cui le persone possano essere stimolate da diversi punti di vista intellettuali e fisici;
- *Social/Economic Value*: è connesso al ritorno economico della presenza di un museo in un determinato territorio, che dipende ad esempio dal numero di turisti attratti dal museo, dal lavoro generato.

La classificazione sopra proposta costituisce la griglia di analisi attraverso cui il museo DOLOM.IT e la sua iterazione con l'Ecomuseo Lis Aganis sono state lette. La tabella di seguito riportata, infatti, definisce operativamente le cinque tipologie di valore sopra descritte ancorandole al caso di studio proposto. Si tratta di una serie di *item* che, nella prima parte della tabella, possono essere letti come indicatori riferibili a *outcome* positivi dei nuovi modelli museali e nello specifico di DOLOM.IT (opportunità). Nella seconda parte della stessa, invece, si evidenziano i rischi e i limiti che il caso di studio ha incontrato o in cui potenzialmente può incorrere. Si tratta di una serie di indicatori che verranno quantificati e definiti con maggior dettaglio nel prosieguo della ricerca-azione relativa a DOLOM.IT e alla sua collaborazione con l'ecomuseo Lis Aganis.

Tab. 1 – Indicatori di valore del Museo DOLOM.IT: opportunità e rischi

	<i>Collection Value</i>	<i>Connecting Value</i>	<i>Education Value</i>	<i>Experience Value</i>	<i>Social and Economic Value</i>
Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento della consapevolezza del patrimonio e sua valorizzazione - Partecipazione delle comunità (reali e/o virtuali) alla definizione e costruzione del patrimonio - Accesso diffuso al patrimonio attraverso la rete - Creazione di nuovi patrimoni digitali - Narrazione del patrimonio attraverso l'uso di strumenti digitali - Conservazione nel tempo del patrimonio attraverso l'uso di strumenti digitali 	<ul style="list-style-type: none"> - Promozione di nuovi gruppi (target - es. giovani, anziani) di comunità partecipanti - Promozione di nuove forme (comunità virtuali) di attori patrimoniali - Interesse da parte di istituzioni culturali al modello proposto - Sviluppo di collaborazioni e apertura di nuovi spazi di mediazione tra diversi attori territoriali in campo culturale, con particolare riferimento agli aspetti digitali - Connessione con reti nazionali e internazionali volte alla valorizzazione del patrimonio, in forma digitale 	<ul style="list-style-type: none"> - Creazione di nuovi strumenti pedagogici rivolti a specifici target - Contesti di apprendimento interattivo - Incremento della consapevolezza e del pensiero digitale nei fruitori 	<ul style="list-style-type: none"> - Coinvolgimento in prima persona del pubblico nella co-creazione di contenuto - Possibilità di fruire del patrimonio in modo esperienziale anche “fuori dal museo” - Utilizzo di strumenti ludici e pratiche informali: digitale favorisce la <i>democratizzazione</i> del patrimonio 	<ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo di nuove competenze digitali tra gli operatori museali e culturali del territorio - Effetto moltiplicatore in termini di conoscenza del patrimonio, con possibili ricadute anche in termini turistici - Sviluppo di cittadinanza critica: il digitale come strumento che permette una lettura complessa del contemporaneo - Possibilità di prefigurare ed implementare modelli di sviluppo sostenibile per il territorio
Rischi	<ul style="list-style-type: none"> - Dispersione del valore patrimoniale nel contesto della rete - Mancanza di un processo decisionale esplicito che definisca il valore e la qualità del patrimonio - Eccessiva parcellizzazione dello stesso - Rischio di perdita dell'autorialità riferita all'oggetto di patrimonio 	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione potenzialmente molto ampia con lunghi tempi di negoziazione - Scarsa istituzionalizzazione del modello 	<ul style="list-style-type: none"> - Mera rivisitazione di percorsi didattici tradizionali, scarsamente attrattivi - Scarsa interiorizzazione dei contenuti patrimoniali a fronte di un interesse allo strumento digitale 	<ul style="list-style-type: none"> - Esclusione di specifici target (analfabetismo digitale) - Creazione di prodotti che possono sembrare poco attrattivi dal punto di vista della fruizione oppure in cui la componente interattiva sovrasta il contenuto 	<ul style="list-style-type: none"> - Il museo virtuale non identifica un territorio e pertanto rischia di non essere riconosciuto dalle comunità di riferimento - Mancanza di infrastrutture necessarie per il web - Gap di competenze digitali negli operatori museali - Difficoltà nell'identificare il valore economico del bene patrimoniale

Dal punto di vista del *Collection Value*, l'introduzione del concetto di 'patrimonio digitale' ha innescato alcuni processi che possono essere letti, a lungo termine, come *outcome* positivi del museo-piattaforma: da un incremento nella consapevolezza del valore del patrimonio attraverso la partecipazione non solo ai processi di valorizzazione di quello esistente ma anche di ridefinizione di nuovi patrimoni, all'estensione delle possibilità di accesso date dagli strumenti digitali, insieme a nuove modalità di conservazione dello stesso. In questo ambito, il rischio è quello di un'eccessiva parcellizzazione delle narrazioni/interpretazioni patrimoniali che si riflettono nella mancanza di una cornice unitaria all'interno della quale inserirli. Questo rischio è evidente nel gap tra i processi partecipativi attivati da DOLOM.IT e il sito web (www.museodolom.it), che non ha ancora trovato una formulazione definitiva che possa guidare gli utenti della rete nell'esplorazione dei suoi spazi. In questo ambito il museo-piattaforma soffre della perdita dell'autorità curatoriale che è stata sostituita dai modelli di Open Authority (Phillips, 2013), e che necessita di un investimento nella creazione di un centro di coordinamento forte, che possa guidare la produzione di contenuti all'interno di un sistema interpretativo, e di navigazione web, efficace e di immediata comprensione.

Dal punto di vista del *Connecting Value*, la natura sistemica del museo-piattaforma lo porta intrinsecamente ad agire come connettore sociale: non solo estendendo il processo curatoriale a target considerati spesso difficili da raggiungere - in primis gli adolescenti e i giovani - ma anche favorendo la nascita di diverse comunità patrimoniali che si riconoscono non attorno a un territorio geograficamente definito ma nella partecipazione a un processo comune. Il museo-piattaforma agisce da innovatore sociale sviluppando nuove connessioni possibili tra società e patrimonio, ridefinendo i confini sia della definizione stessa di patrimonio sia dei processi curatoriali, che vengono aperti a nuovi attori: dagli enti territoriali, ai soggetti nazionali/internazionali, alle comunità virtuali. E' proprio questa dimensione ampia di coinvolgimento e partecipazione di soggetti diversi sia per provenienza geografica che di ambito operativo a rendere lunghi i processi di negoziazione, aumentando il rischio, già rilevato nel paragrafo precedente, di una mancanza di coordinamento. A questo contribuisce anche la scarsa istituzionalizzazione del modello del museo-piattaforma, nel suo iniziale stadio di concepimento e formalizzazione in ambito museale.

Per quanto riguarda l'*Educational Value*, il museo-piattaforma introduce nuovi strumenti pedagogici che danno una risposta al cambiamento sociale dell'era di Internet. I benefici della curatela digitale sui processi di apprendimento sono stati già rilevati in ambito pedagogico, rilevando l'importanza di metodologie che mettono gli studenti al centro della creazione collaborativa di contenuti (Mihailidis & Cohen, 2013). L'applicazione della curatela digitale nel settore museale, inoltre, contribuisce anche all'educazione ad un uso consapevole degli strumenti digitali, sviluppano competenze di pensiero critico applicato al proprio territorio

²². Il rischio più rilevante in questo ambito è proprio quello di introdurre una dicotomia tra 'strumento' e 'contenuto', dicotomia che nel caso di DOLOM.IT è emersa nella figura dell'operatore didattico museale nella prima edizione dei laboratori. Nel caso di Lis Aganis, questo rischio è stato evitato facendo precedere il lavoro di progettazione dei percorsi didattici da una serie di incontri di formazione che hanno evidenziato la duplice dimensione del digitale come strumento per la realizzazione di narrazioni patrimoniali e come processo patrimoniale.

Per quanto riguarda l'*Exerience Value*, due sono le principali innovazioni introdotte dal museo-piattaforma: da un lato l'incremento della natura interattiva dell'esperienza patrimoniale, grazie al ribaltamento del ruolo del pubblico da fruitori passivi ad attori della creazione dei contenuti, dall'altro l'estensione dell'esperienza stessa al di fuori dei confini fisici del museo, sia nella dimensione fisica del paesaggio che in quella virtuale della rete. In questo ambito, il rischio ricade prevalentemente su chi non partecipa alla creazione dei contenuti: dal punto di vista della fruizione in senso tradizionale, i prodotti possono apparire poco attrattivi o, in altri casi, superficiali dal punto di vista dei contenuti. In entrambi i casi il rischio, da parte del fruitore, è quello di non cogliere la dimensione processuale che sostanzia il prodotto culturale.

Per quanto riguarda il *Social and Economic Value*, tanti sono gli outcomes positivi dei processi partecipativi attivati dal museo-piattaforma. In primo luogo esso favorisce lo sviluppo di una cittadinanza critica, grazie alla

capacità del digitale di fornire una lettura complessa del contemporaneo. L'aumento di consapevolezza del valore patrimoniale (rilevato anche nel *Collection Value*) può avere un effetto moltiplicatore con ricadute anche in termini turistici e di sviluppo sostenibile del territorio. Questo ambito va letto anche alla luce del confronto tra museo-piattaforma e modello ecomuseale: se da un lato DOLOM.IT ha la capacità di estendere il concetto di comunità locale, aprendo a nuove interazioni, per questa stessa caratteristica rischia di non essere riconosciuto dal territorio a cui si riferisce, mancando anche di un riconoscimento istituzionale forte, a differenza dell'ecomuseo. Nel caso di DOLOM.IT, questo rischio viene attualmente mitigato dalla presenza di un sistema di risorse e competenze che alimenta non solo i processi partecipativi, ma anche il coordinamento del numero sempre crescente di attori coinvolti.

A conclusione dell'analisi proposta, si evidenzia come questo paper offra una chiave di lettura e alcuni indicatori per misurare il contributo dei modelli partecipativi all'innovazione sociale, mettendo a confronto la formula post-digitale del museo-piattaforma e il modello ecomuseale nato negli anni '70. Nel corso della trattazione abbiamo individuato come questi due modelli indipendenti di museo partecipativo, pur essendo nati a 50 anni di distanza, presentino degli elementi di affinità, così come affine sembra essere anche il loro impatto nella riattivazione del rapporto tra la comunità patrimoniale e il territorio che abbraccia. Il caso studio proposto ha permesso di dimostrare come questi modelli, nella loro interazione e contaminazione reciproca, possano contribuire a migliorare la qualità della vita culturale delle comunità. Come futuro sviluppo di ricerca, emerge la possibilità di elaborare un sistema di misurazione quanti-qualitativa dell'impatto sociale dei musei, che tenga conto della loro evoluzione in senso partecipativo e delle principali innovazioni di contenuto e di processo portate dalla rivoluzione digitale.

Allegato 1- I macro-indirizzi operativi di DOLOM.IT

Macro-indirizzi di azioni avviati	n. edizioni di progetto	Denominazione	Partner principale di progetto	Tipologia di altri partner coinvolti	Tipologia di output	Target (co-creatore di contenuti)		Fund raising
						Numero	Tipologia	
Realizzazione di sezioni del museo virtuale in collaborazione con gli istituti scolastici ed enti culturali del territorio	4	Edizione Acque (a.s. 2015-2016)	n. 9 istituti scolastici	6 musei locali 2 archivi storici 1 biblioteca civica	9 mostre virtuali che compongono la sezione 'acque' del museo virtuale	220	Studenti	finanziamento soggetto privato
		Progetti didattici singoli (a.s. 2016-2017)	n. 2 istituti scolastici	2 musei locali	4 videostorie sulle acque, 2 mappe sonore delle opere di un museo comunale	60	Studenti	finanziamento soggetto privato
		Fuori dai musei, dentro il paesaggio (a.s. 2017-2018)	5 istituti scolastici	3 musei locali 2 enti pubblici	2 tour multimediali su izi.TRAVEL, 2 audiostorie, un blog sull'orto, 3 libri interattivi sulla coltivazione, 1 quaderno del paesaggio rurale	230	Studenti	finanziamento Fondazione Bancaria
		La trasformazione del paesaggio (a.s. 2018/2019)	n. 5 istituti scolastici	1 ecomuseo	<i>In via di definizione</i>	100	Studenti	finanziamento Fondazione Bancaria
Coinvolgimento degli attori territoriali nella promozione digitale del patrimonio dolomitico diffuso, attraverso l'adesione a campagne internazionali (Invasioni Digitali, MuseumWek)	4	Culture has no borders 2017	n. 1 network nazionale	5 musei locali 1 radio locale 3 associazioni culturali 1 ente locale 1 ecomuseo 1 centro servizi volontariato 1 CAI sez. locale	16 invasioni digitali in Provincia di Belluno e Pordenone	50	mista	Civic engagement volontario
		Seeds for Culture 2018	n. 1 network nazionale	5 associazioni culturali 3 musei locali 2 radio locali 1 centro servizi volontariato 2 istituti scolastici	9 invasioni digitali in Provincia di Belluno	100	mista	Civic engagement volontario

Macro-indirizzi di azioni avviati	n. edizioni di progetto	Denominazione	Partner principale di progetto	Tipologia di altri partner coinvolti	Tipologia di output	Target (co-creatore di contenuti)		Fund raising
						Numero	Tipologia	
		DidaMash 2018	n. 1 impresa culturale	9 musei locali	11 didascalie creative ispirate alle proprie opere, create da ciascun museo e pubblicate sulla pagina Facebook di DOLOM.IT	10	Operatori culturali	Civic engagement volontario
		Museum Week 2018	n. 1 Campagna Internazionale	9 musei locali	Post ispirati agli hashtag della MuseumWeek 2018, creati da ciascun museo e pubblicati sul profilo Twitter di DOLOM.IT	10	Operatori culturali	Fondo sociale europeo Regione Veneto
Produzione di beni patrimoniali digitali all'interno di processi partecipativi aperti a singoli individui e agli utenti della rete	2	Archivio del paesaggio sonoro dolomitico (2017)	1 Network nazionale	1 radio locale	Archivio collaborativo dei paesaggi sonori dolomitici accessibile sulla piattaforma SoundCloud	35	Utenti online	Civic engagement volontario
		Che paesaggio sonoro sei? (2018)	1 sede locale di un'associazione internazionale	1 associazione locale	Tre videoperformance ispirate al paesaggio sonoro acquatico, terrestre, aereo.	5	Professionisti e artisti digitali	Civic engagement volontario
Realizzazione di percorsi multimediali alla scoperta del paesaggio dolomitico in collaborazione con musei ed istituzioni culturali del territorio	8	Cercatori d'acqua (2016)	1 ente pubblico	1 museo comunale	Caccia al tesoro digitale	5	Mista	Soggetti privati in forma di sponsorizzazione
		Roggia, motore, azione (2017)	1 associazione locale	1 associazione locale	Caccia al tesoro digitale	5	Mista	Soggetti privati in forma di sponsorizzazione
		I segreti di Lagole (2018)	1 centro di produzione teatrale regionale	2 enti locali 1 rete museale	Instant Silent Play dolomitico: performance in movimento e audioguida teatrale che dà voce ai luoghi	15	Operatori culturali	Fondo sociale europeo Regione Veneto
		Cinque percorsi sonori dei musei delle Dolomiti (2018)	1 ente di formazione	4 musei locali 2 associazioni culturali	Audioguide e Tour multimediali	10	Mista	Fondo sociale europeo Regione Veneto

Macro-indirizzi di azioni avviati	n. edizioni di progetto	Denominazione	Partner principale di progetto	Tipologia di altri partner coinvolti	Tipologia di output	Target (co-creatore di contenuti)		Fund raising
						Numero	Tipologia	
Azioni di formazione finalizzate alla diffusione di una cultura digitale nei musei/enti partner	2	Corso di formazione 'La didattica museale nell'era digitale'	1 ecomuseo	-	Progettazione di 5 percorsi didattici	5	Operatori culturali	Finanziamento Fondazione Bancaria
		Corso di formazione "I nuovi musei e le nuove culture digitali"	1 ente di formazione	3 reti museali 12 musei 1 fondazione 10 enti pubblici a carattere locale 1 centro servizi volontariato 9 associazioni 1 CAI sez. locale 1 consorzio di promozione turistica	250 ore di formazione e consulenza	90	Operatori culturali	Fondo sociale europeo Regione Veneto

¹ Elaborazione dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali- School of Management del Politecnico di Milano sui dati Istat: base dati 4.815 rispondenti.

² Si precisa che l'Italia ha sottoscritto la Convenzione di Faro nel 2013, ma questa ad oggi risulta ancora non ratificata dal Parlamento Italiano.

³ Il caso di studio è stato analizzato attraverso il coinvolgimento delle autrici nell'attuale fase di sviluppo di DOLOM.IT. Nello specifico, il modello di 'Museo-Piattaforma' è frutto del lavoro di ricerca che S. Zardini Lacedelli - co-fondatrice e Project Manager di DOLOM.IT- sta realizzando nell'ambito del dottorato in Museum Studies presso l'Università di Leicester. I dati contestuali sullo sviluppo dell'ecomuseo Lis Aganis sono ricavati del lavoro di dottorato in Antropologia di M. Pascolini (2018).

⁴ Nel 2010, è nata per volontà dell'Amministrazione provinciale di Belluno la *Rete Museale della provincia di Belluno*, che oggi conta 16 aderenti. Analogamente, in tempi più recenti, si sono costituite altre reti museali a carattere locale (ad esempio: la *Rete Museale Piave Maè*, che riunisce 7 musei e la *Rete museale Cadore Dolomiti*, che ne conta 4).

⁵ La denominazione Isoipse - o curve di livello- si rifà al significato che queste hanno nella disciplina geografica: esse sono linee che, nelle carte geografiche, uniscono punti alla stessa quota, ovvero con la stessa distanza verticale dal livello del mare. Le Isoipse consentono di rappresentare la tridimensionalità nelle mappe bidimensionali. Formano una rete grafica che avvolge tutto un territorio: lo ritraggono, lo descrivono e lo raccontano, fornendo informazioni utili in particolare a chi deve orientarsi in montagna. Allo stesso modo il modello proposto dall'associazione è di tipo reticolare.

⁶ Il macro obiettivo che l'Associazione si pone è contribuire allo sviluppo della montagna, migliorando le condizioni di vita per gli abitanti, in particolare i giovani, e credendo nelle potenzialità di questo territorio. A titolo esemplificativo, si citano di seguito alcune iniziative promosse da ISOIPSE ha operato nel campo dell'organizzazione di eventi. Nel 2014 ha ideato il Dolomites UNESCO LabFest, in collaborazione con la Fondazione Dolomiti UNESCO, organizzando la prima edizione #SFALCI. Nel 2016 ha organizzato l'iniziativa "Paesaggi terrazzati", in collaborazione con l'Albergo diffuso di Faller (BL), la Fondazione Architettura Belluno Dolomiti e il Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi.

⁷ ADOMultimedia Heritage (<http://www.adomultimedia.com>) nasce nel 2015 in risposta a un'esigenza di consulenza al settore culturale e in particolare museale nello sviluppo di progetti digitali. La fucina creativa ha curato la progettazione di guide multimediali, caccie al tesoro digitali, attività partecipative online, cataloghi digitali di mostre e collezioni. Tra i progetti seguiti, *Microcosmoart Listening* (2016) che ha coinvolto quattro musei dolomitici (MUSE di Trento, MUSEION di Bolzano, Museo Vittorino Cazzetta di Selva di Cadore e Museo di Arte Moderna Mario Rimoldi di Cortina) nella realizzazione di playlist collaborative ispirate alle opere delle collezioni, create con il contributo degli utenti della rete e trasmesse su RadioCortina; Fabulous Tour (2015 e 2016), due caccie al tesoro tematiche dedicate alle leggende e ai film girati a Cortina d'Ampezzo fruibili sulla app izi.TRAVEL; *Che fine ha fatto il baco?* (2017), un tour multimediale nella città di Vittorio Veneto che permette di scoprire in modo interattivo i luoghi e la storia dell'industria bacologica vittoriese che sono raccontati all'interno del Museo del Baco da Seta.

⁸ Il Bando Funder35 è promosso da 18 fondazioni bancarie italiane per accompagnare allo start-up di impresa alcune tra le migliori attività giovanili che operano nel campo culturale, attraverso un sostegno economico e formativo. ISOIPSE è stata selezionata all'interno delle 57 imprese finanziate nell'edizione 2016.

⁹ Le Unioni Territoriali, di recente istituzione, sono realtà amministrative della regione Friuli Venezia Giulia e si collocano infatti come nuove strutture di mediazione tra il Comune e il potere centrale della Regione. In questo senso accolgono sia una ridistribuzione dei compiti amministrativi – prima delle Province e delle Comunità Montane – che la delega, da parte degli stessi Comuni, di alcune delle loro funzioni.

¹⁰ Gruppo di Azione Locale Montagna Leader, *Misura 1.2 Valorizzazione delle risorse naturali e culturali della montagna friulana*, estratto dal Piano di Sviluppo Locale 2000-2006.

¹¹ Fonte: archivio Associazione Culturale Lis Aganis-Ecomuseo delle Dolomiti Friulane.

¹² Il progetto 'DOLOM.IT-Costruiamo il museo virtuale del paesaggio dolomitico-Sezione Acque' si è svolto da gennaio a giugno 2016 grazie a un finanziamento di BIM Gestione Servizi Pubblici di Belluno. Il progetto ha coinvolto nell'ideazione e realizzazione dei percorsi didattici nove operatori didattici sia interni che esterni all'associazione ISOIPSE. La prima edizione ha visto l'utilizzo del software MOVIO, la piattaforma per la creazione di mostre virtuali online sviluppata dall'Istituto Centrale per il Catalogo Unico del Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

¹³ L'archivio è accessibile nel profilo SoundCloud di DOLOM.IT a questo link: <https://bit.ly/2xfW0Db>.

¹⁴ La collaborazione con Invasioni Digitali nasce nell'edizione del 2017, grazie alla nomina di due componenti del team di DOLOM.IT ad ambasciatrici dolomitiche del movimento nato nel 2013. È proprio grazie alle azioni di sensibilizzazione e promozione messe in campo da DOLOM.IT nelle due edizioni 2017 e 2018 che ISOIPSE è entrata a far parte del Collegio dei Sostenitori della Fondazione Dolomiti Unesco.

¹⁵ Per un dettaglio degli eventi promossi dai capo-invasori ad aprile/maggio 2017 e 2018, si veda la sezione di DOLOM.IT dedicata alle Invasioni Dolomitiche: <http://www.museodolom.it/home/project-category/invade/>

¹⁶ I tour realizzati da DOLOM.IT sono i seguenti: Cercatori d'acqua, Roggia, motore azione, Le voci della guerra, Il giardino di rose antiche. I tour sono accessibili sul profilo izi.TRAVEL di DOLOM.IT (<https://izi.travel/it/dffc-dolom-it>). A questi, a settembre 2018 si sono aggiunti 5 percorsi sonori promossi da cinque musei e istituzioni bellunesi in

collaborazione con DOLOM.IT, e accessibili sul loro profilo izi.TRAVEL: Combin...arte (Museo Diocesano di Feltre,) Lenti...sotto la lente (Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore), Viaggio sonoro al Museo Paleontologico (Musei delle Regole d'Ampezzo), Le pietre di Mel raccontano (Associazione La Fenice), Alla scoperta del borgo di Rizzios (Bed&Breakfast Come Api al Miele).

¹⁷ Il gap conoscitivo è risultato evidente in una criticità interna all'associazione ISOIPSE nell'interpretazione stessa di museo DOLOM.IT che è stato letto, da alcuni componenti dell'associazione, esclusivamente come un museo didattico finalizzato al coinvolgimento delle giovani generazioni nella valorizzazione del patrimonio dei musei territoriali. Meno immediata è stata la lettura di DOLOM.IT come idealtipo di museo-piattaforma, come entità dinamica che coinvolge diversi target e attori territoriali nella creazione di nuovi patrimoni digitali.

¹⁸ Il corso è stato promosso dall'ente di formazione accreditato Apindustria Servizi srl in partnership con l'associazione ISOIPSE grazie a un finanziamento della Regione Veneto e si è svolto tra dicembre 2017 e dicembre 2018.

¹⁹ La Regione Friuli Venezia Giulia riconosce e finanzia gli ecomusei in base alla legge regionale n.10/2006 - *Istituzione degli Ecomusei del Friuli Venezia Giulia*.

²⁰ In generale l'approccio educativo sviluppato dall'ecomuseo fa riferimento alla metodologia della didattica situata descritta come una strategia formativa capace di interpretare i luoghi esperti (intesi come "parti di paesaggio paradigmatici di elementi di territorio portatori di significati, conoscenze, saperi") e i luoghi di affezione (ovvero "siti che consentano l'attivazione di processi in grado di suscitare motivazioni e stimoli culturali") presenti nel territorio, come luoghi di apprendimento funzionali a un processo conoscitivo e di apprendimento (materiale didattico a cura di Giuliana Massaro, Conosco per raccontare. Corso di formazione per operatori. Maniago, lezione del 17 gennaio 2015.)

²¹ Nel concreto la progettazione didattica si attiva contestualmente alle richieste formulate dalle scuole in funzione delle quali il personale de Lis Aganis elabora poi una proposta sulla base delle richieste degli insegnanti e dalle disponibilità e dalla competenza dei singoli operatori coinvolti. Le proposte possono quindi prevedere oltre alla visita mirata di alcune delle cellule ecomuseali, la realizzazione di laboratori di didattica museale o esperienze ludiche di interazione con il territorio. A titolo indicativo nell'anno 2016 sono stati effettuati 90 percorsi didattici rivolti sia a bambini che ragazzi ed adulti, per un totale di 3937 partecipanti. Fonte: archivio Associazione Culturale Lis Aganis – Ecomuseo delle Dolomiti Friulane.

²² Un modello nazionale è Swapmuseum, la piattaforma pugliese che crea un ideale luogo di scambio tra i giovani o 'swappers' - che in base alle proprie attitudini scelgono le attività da svolgere in base a una call concordata con il museo. Un altro caso studio italiano rilevante è Quintana4D, il progetto di 'Divertimento Digitale e Didattica Diffusa' che rende gli studenti protagonisti della valorizzazione della Giostra della Quintana di Foligno attraverso le nuove tecnologie

Bibliografia

- Barazzutti C. (1993), *Irresistibilmente attratti dalla pianura. Il degrado dell'economia e della società montana del Friuli*. Udine: IRES F-VG.
- Byrne (2008), *Heritage Conservation as Social Action*, in G. Fairclough, R. Harrison, J. Schonfield and J.H. Jameson (eds) *The Heritage Reader*, London, Routledge (pp. 149-173)
- Boylan P. (1992), Ecomuseums and the New Museology: Some Definitions, *Museums Journal*, 92,4: 29-30.
- Bollo A. (2013), *Report 3 Measuring Museum Impacts*, Bologna: by Istituto per i Beni Artistici Culturali e Naturali-Regione Emilia Romagna.
- Borzaga C., Bodini R. (2012), *What to Make of Social Innovation? Towards a Framework for Policy Development*, Euricse Working Paper n. 036/2012, Euricse. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2064640>
- Busacca M. (2013), Oltre la retorica della Social Innovation, *Impresa Sociale*, vol. 2/2013, pp. 39-55.
- Carmosino C. (2013), La Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società, *Aedon. Rivista di arti e diritto on line*, 1/2013.
- Carrara E. (2014). Verso un museo inclusivo: presupposti e prospettive in risposta al cambiamento sociale. *Il Capitale Culturale*, IX (2014), pp. 169-188
- Caulier-Grice J., Davies A., Patrick P., Norman W (2012), *Defining Social Innovation*, The Young Foundation Working Paper, The Young Foundation.
- Cerquetti M. (2016). More is better! Current issues and challenges for museum audience development: a literature review, *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*, 6, 1: 30-43.
- Clifford S., Maggi M., Murtas D. (2006), *Genius Loci: perché, quando e come realizzare una mappa di comunità*. Torino: Ires Piemonte.
- Consiglio d'Europa (2005), *Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul Valore del patrimonio culturale per la società*. Faro. <https://www.coe.int/it/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/199>
- Consiglio S., Ritano A. (2015), *Sud innovation. Patrimonio culturale, innovazione sociale e nuova cittadinanza*. Milano: FrancoAngeli.
- Council of the European Union (2014), *Conclusions on cultural heritage as a strategic resource for a sustainable Europe*. Brussels. https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/142705.pdf
- Da Deppo I. (2012), *Musei e collezioni della provincia di Belluno. Un patrimonio da scoprire*, Belluno: Grafica e stampa: Tipografia Piave.
- Davies, S. M. (2010). The co-production of temporary museum exhibitions. *Museum Management and Curatorship*, 25(3), 305-321
- Davis P. (2011), *Ecomuseums. A sense of place*. London: Continuum International Publishing Group.
- De Varine H. (2005), *Le radici del futuro. Il patrimonio culturale al servizio dello sviluppo locale*. Bologna: Clueb.
- De Varine H. (2017), *L'écomusée singulier et pluriel*. Paris: L'Harmattan.
- Desvallées A. (eds.) (1992), *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, Vol. 1. Savigny-le-temple: éditions W, M.N.E.S.
- Desvallées A. (eds.) (1994), *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, Vol. 2. Savigny-le-temple: éditions W, M.N.E.S.
- Digital Cultural Heritage School, Ventotene Digitale – L'occasione digitale per la cultura in Europa. Manifesto redatto a febbraio 2017 (
- DSP-GROEP (2011), *More Than Worth It. The Social Significance of Museums*, Netherlands Museum Association.

-
- Flintoff, K., Mellow, P., & Clark, K. P. (2014). Digital curation: Opportunities for learning, teaching, research and professional development. Proceedings of the 23rd Annual Learning Forum, 30-31 January, 2014. Perth: The University of Western Australia.
- Fois V. (2015). The Prosumer: The Key Player of the Museum of the Future. *Electronic Visualisation and the Arts (EVA)* 2015). London, 9 July 2015
- Gelosi C. (2013), *Territori, patrimonio culturale, fruizione. Nuove reti per nuove relazioni*. Milano: FrancoAngeli.
- Giaccardi E. (edited by). (2012). *Heritage and Social Media. Understanding Heritage in a Participatory Culture*. Oxon, Routledge.
- Golding, V. and Modest, W. (eds) (2013) *Museums and communities: curators collections and collaboration*, London: Bloomsbury.
- Gruppo di Azione Locale Montagna Leader (2000), *Misura 1.2 Valorizzazione delle risorse naturali e culturali della montagna friulana*. Maniago: Piano di Sviluppo Locale 2000-2006.
- Guclu A., Dees J. G., Anderson B.B. (2002), *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthwhile of Serious Pursuit*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, <http://www.caseatduke.org/documents/seprocess.pdf>.
- Hooper-Greenhill E. (2000). *Museums and the Interpretation of Visual Culture*. London and New York: Routledge, 2000
- Holden J. (2004), *Capturing Cultural Value. How culture has become a tool of government policy*, DEMOS, London; <http://www.demos.co.uk/files/CapturingCulturalValue.pdf>.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K. & Robinson, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st Century*. A report for the MacArthur Foundation. Boston: MIT Press
- Jenkins H., Ford S., Green J. (2013). *Spreadable Media. Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Kirshenblatt-Gimblett B. (1995), Theorizing Heritage, *Ethnomusicology*, 39, 3: 367-380.
- Knell S., Macleod S. and Watson S. (2007). *Museum Revolutions: How Museums Change and are Changed*, London, University of Leicester and Routledge.
- Leslie K. (2006), *A sense of place. West Sussex Parish maps*. Chichester: West Sussex County Council
- Maggi M. (2009), Ecomuseums in Italy. Concepts and practices, *Museologia E Patrimonio*, II, 1.
- Maggi M., Avogadro C., Faletti V., Zatti F. (2000), *Gli ecomusei. Cosa sono, cosa potrebbero diventare*. Torino: Ires Piemonte.
- Matarasso, F. (1997), *Use or Ornament? The Social Impact of Participation in the Arts*, Comedia, Stroud; <http://www.culturenet.cz/res/data/004/000571.pdf>
- Mihailidis, P. & Cohen, J. N. (2013). Exploring curation as a core competency in digital and media literacy education. *Journal of Interactive Media in Education*, 2013/02.
- Morse N. (2016). Patterns of accountability: an organizational approach to community engagement in museums. *Museum & Society*, 16 (2)
- Mulgan G., Tucker S, Ali R., Sanders B. (2007), *Social Innovation. What is, Why it Matters and How can be Accelerated*, The Young Foundation Working Paper, The Young Foundation.
- Parry R. (2007), *Recoding the Museum. Digital Heritage and the technologies of change*. Oxon, Routledge.
- Parry R. (edited by). (2010), *Museums in a digital age*. Oxon, Routledge.
- Parry R. (2013), The end of the Beginning. Normativity in the Postdigital Museum. *Museum Worlds: Advances in Research* 1: 24-39. Berghahn Books.
- Pascolini M. (2018), *Memorie, comunità e patrimonio nell'Ecomuseo Lis Aganis (Friuli Venezia Giulia)*, Università degli Studi di Perugia, dottorato di ricerca in Scienze Umane, xxx ciclo Curriculum Antropologico – Linguistico.
- Phillips L.B. (2013) The Temple and the Bazaar: Wikipedia as a Platform for Open Authority in Museums. *Curator: The Museum Journal*, Vol. 56 (N. 2), 219-235

-
- Proctor N. (2010). Digital: Museum as Platform, Curator as Champion, in the Age of Social Media. *Curator: The Museum Journal*, Vol. 53 (N. 1): 35-43.
- Reina G. (eds.) (2014), *Gli ecomusei una risorsa per il futuro*. Venezia: Marsilio.
- Rivière G.H. (1980), L'Écomusée, un modèle évolutif. In: Desvallées A. (eds.) (1992) *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, Vol. 1. Savigny-le-temple: éditions W, M.N.E.S. 440-445.
- Rivière G.H. (1989), *Muséologie selon Georges Henri Rivière*. Paris: Dunod.
- Schumpeter J. (1967), La reazione creativa nella storia economica. In: Pagani A. (eds.) *Il nuovo imprenditore*. Milano: Franco Angeli. 67-80.
- Simon N. (2010), *The Participatory Museum*. Santa Cruz, Museum 2.0.
- Stack J. (2013, November 5). Art Maps and the Museum as platform. [Blog post] <<http://www.tate.org.uk/context-comment/blogs/art-maps-and-museum-platform>> .
- Szabo V., Zardini Lacedelli S., Pompanin G. (2017). From landscape to cities: a participatory approach to the creation of digital cultural heritage. In *International Information & Library Review*. Volume 49 – Issue 2.
- Tamma M., Artico C. I. (2015). Co-production practices between museums and cultural-based companies. In *Working Paper Series*. Working Paper n. 10/2015.
- Vergo P. (eds.) (1991), *The New Museology*. London: Reaktion Books.
- Zardini Lacedelli S. (2018). The platform-museum. Conceptual revolutions and practical implications. *Museological Review*, University of Leicester

ABSTRACT

How can the new models of participatory museum promote social innovation and improve the quality of communities' cultural life?

This is the issue at the basis of this paper: the aim is to analyze the experience of DOLOM.IT, a participatory and virtual museum promoted by the ISOIPSE association in collaboration with other local actors. DOLOM.IT is a museum that does not have a physical location: its collections are digital and co-created with the communities of the Dolomites. Moreover, DOLOM.IT embodies the new paradigm of 'Platform-Museum' (Zardini Lacedelli, 2018), where the public becomes curator and author of the museum itself.

Founded in 2014 in the province of Belluno, ISOIPSE was the brainchild of a group of young professionals with the aim of promoting their mountain territory through cultural innovation projects. ISOIPSE realizes all its activities in close collaboration with local museums and other cultural actors in order to create continuity between heritage, territory, community, companies and local authorities. In 2016, DOLOM.IT was launched on the web (www.museodolom.it), thanks to an educational project that involved a series of museums and schools in Belluno. After having promoted the development of the virtual museum in the Belluno area, in 2018 the ISOIPSE association extended the participatory process to the Friulian Dolomites (PN) in collaboration with the Ecomuseum Lis Aganis. The challenge is to connect the two participatory models - the 'Platform-Museum' and the Ecomuseum – starting from their similar "pact with the community that takes care of a territory".

This paper aims to analyze the role of culture, and in particular of the patrimonial processes linked to the action of the 'Platform-Museum' and the Ecomuseum, as elements of social innovation in terms of greater awareness, fruition and participation in the cultural production processes. In this sense, culture has an intrinsic element of social innovation, to the extent that it contributes to the meaning-making and becomes particularly effective where such production takes place in a collective and inclusive way, by adopting digital and participatory tools.