

Tratto da “Antologia di scritti sul Design degli Interni”, AA.VV. Franco Angeli Ed., Milano 2007

Allestire il gioco: l'allestimento nei Children Museums

M. Cristina Ajroldi

Allestire il divertimento

Le problematiche legate all'allestimento, in quanto disciplina giovane e sospesa tra architettura e design, aumentano di complessità in modo direttamente proporzionale al grado di specificità dell'“allestito” e del suo “target”.

Generalmente l'allestimento è finalizzato alla comunicazione ed è tipicamente connesso all'evento temporaneo - sia esso culturale, fieristico, di carattere popolare o legato alla moda - ma, in particolare negli ultimi decenni, esso è venuto ad assumere un carattere di sempre crescente “spettacolarizzazione” - soprattutto per quanto riguarda le tipologie di allestimento maggiormente a contatto con il mondo del commercio, e quindi della pubblicità - tendenza, questa, che può essere in qualche modo ricondotta a due principali caratteristiche del nostro vivere contemporaneo.

Da una parte occorre ammettere che rispetto a qualche decennio fa il tempo che viene dedicato oggi al lavoro è aumentato in maniera considerevole soprattutto se confrontato con quello speso per il tempo libero; proprio per il suo carattere “eccezionale” e di “una tantum” l'allestimento si percepisce come qualcosa di legato al “otium” del fruitore - latino e non - e, sia che si tratti di un piacevole momento di svago, o piuttosto di un profondo istante di riflessione, viene ormai considerato meritevole di essere sottolineato con l'enfasi della performance proprio perché raro e breve se paragonato al quotidiano e lungo tempo lavorativo.

Dall'altra si devono considerare ancora una volta sia il carattere veloce ed effimero dell'esperienza contemporanea sia il sovraddosaggio comunicativo in cui viviamo. Anche i più banali messaggi devono ormai essere gridati dai media per essere prima di tutto riconoscibili - e solo in un secondo tempo comprensibili - nel mare omogeneo in cui vengono lanciati. Nel mondo della comunicazione questo bisogno di “indurre stupore” per essere semplicemente ascoltati ha determinato una massiccia implementazione nell'utilizzo di tecnologie sempre più enfaticanti, veri e propri effetti speciali.

L'allestimento ha così dovuto omologarsi al linguaggio dello spettacolo a discapito di quello museale, e se un tempo il suo verbo più rappresentativo avrebbe potuto essere “esporre” oggi in realtà altri termini vi si addicono di più, come “sorprendere” o, ancora meglio, “divertire”; la terminologia dello spettacolo si può adattare anche al fruitore che non è più il semplice “visitatore” della mostra di turno, ma un vero e proprio “spettatore”: l'allestimento diventa evento, esperienza. Lo stand fieristico, per esempio, non è più solo vetrina di prodotti, ma diventa anche palcoscenico di veri e propri show, ed al suo interno non si trovano più solo esperti promotori ma anche ballerini, radio in diretta, attori del cinema e presentatori della televisione.

Si può quindi affermare che esiste una discreta nicchia dell'allestimento che si occupa di divertimento, più che di comunicazione, e all'interno di questa si inserisce sicuramente il lavoro che architetti e exhibit designers conducono per i musei dei bambini, tema ancora più specialistico e che si caratterizza ulteriormente per tre principali aspetti.

Allestire l'“edutainment”: i musei dei bambini

I primi musei dei bambini sono nati negli Stati Uniti più di un secolo fa¹ come strutture educativo-museali e si sono in seguito sviluppati come supporto e completamento all'istruzione dei minori facendo uso di strumenti di apprendimento molto lontani da quelli delle scuole e dei musei tradizionali, dai quali si differenziano in modo sostanziale principalmente per quanto riguarda aspetti fondamentali quali l'interattività, la contestualizzazione e l'emotività dell'esperienza². Per descrivere il tipo di attività che si svolge all'interno di un Children's museum possiamo utilizzare il neologismo “EDUTAINMENT”³, termine che deriva dalla fusione delle parole EDUCATION (apprendimento) ed ENTERTAINMENT (divertimento), qualcosa in più del semplice gioco fine a se stesso. Infatti il gioco all'interno di questo contesto deve essere considerato - esattamente come il celebre pedagogista svizzero J. Piaget⁴ affermava alla metà del secolo scorso - il “lavoro dei bambini”, ovvero “il

¹ “Musei dei bambini: l'occhio ha saltato il muro?”, di Anna Casalino, Edizioni Pendragon, Bologna 2002

² Daniel Goleman, “Lo spirito creativo”, Rizzoli, 1999 - “Intelligenza emotiva”, Rizzoli, 1995.

³ “Centres for curiosity and imagination - when is a museum not a museum?” di John Pearce, Gulbenkian Foundation.

⁴ J. Piaget, M. Sime, “Come il bambino vede il mondo”, Armando editore, Roma 1977

veicolo attraverso il quale i bambini interagiscono con il loro ambiente e costruiscono la loro conoscenza”, un vero e proprio strumento di crescita non solo intellettuale ma anche emotiva. I bambini pensano e ragionano in modo diverso dagli adulti, ed apprendono in modo altrettanto differente: questo assunto getta le basi per un necessario ripensamento del sistema educativo generale, sia della scuola sia, soprattutto, del museo. La tradizione dell’esperienza interattiva per i più piccoli si è consolidata col tempo in simbiosi con le strutture museali, anche se spesso non si comprende come un’attività educativa come l’apprendere attraverso il gioco debba per forza tradursi nell’entità culturale e spaziale del museo. Questa incomprensione ha fatto nascere recentemente, per diversi motivi, all’interno della comunità dei musei dei bambini, un acceso dibattito basato sul fatto che il termine museo sia “the wrong name for the right place”. Soprattutto in Europa, dove prevale una certa cultura del mantenimento e riutilizzo di un patrimonio edilizio storico esistente, molti musei dei bambini sono ospitati all’interno di edifici rifunzionalizzati (nella maggior parte dei casi strutture industriali dismesse) o entità museali preesistenti. È quindi normale pensare che i bambini non siano esattamente il target previsto per lo spazio che ospita, tra una collezione preistorica o d’arte moderna, anche mostre interattive per i più piccoli soprattutto per due principali motivi. Da una parte è prevedibile che dal punto di vista spaziale e dei servizi offerti le strutture museali non siano strutture pensate e progettate per ospitare utenti così speciale (per esempio mancano servizi igienici ergonomici, aree di sosta e di ristoro attrezzate e così via). Dall’altra vi è il timore di innescare nelle generazioni future di visitatori museali un distorto comportamento nei riguardi dell’opera d’arte e della cultura materiale: le mostre interattive per bambini hanno ovviamente un carattere meno formale di quelle culturali per adulti e il fatto che queste due esperienze siano poste all’interno della stessa struttura spaziale potrebbe dar adito ad uno scarso rispetto per l’opera d’arte, da un lato, ma anche una maggiore abitudine ad essa, dall’altra.

Allestire per i bambini

L’“allestimento del gioco”, ovvero di mostre interattive all’interno di un Children’s Museum, prende in considerazione un target davvero specifico, quello dei bambini di età compresa tra i 4 e gli 11 anni.

Le finalità e le caratteristiche proprie del processo progettuale tipiche dell’allestimento di questo tipo di gioco risultano completamente diverse da quelle legate invece alla progettazione di giochi/giocattoli destinati alla produzione in serie. Il percorso museale dei bambini è infatti un’esperienza breve nel tempo (in media qualche ora) ma soprattutto necessita di cambiamenti frequenti e veloci per risultare sempre nuovo e diverso e attirare l’attenzione dei più piccoli. Per quanto riguarda il processo progettuale, invece, come per l’industrial design si parte da un brief di un progetto di massima ma il tempo dedicato a questa fase iniziale e al progetto esecutivo è molto accorciato, prevalgono soprattutto i momenti di verifica e feed back con il committente, non c’è spazio per le maquette e i prototipi, il progetto esecutivo spesso è lasciato direttamente alle mani dell’allestitore, si appronta qualche modello virtuale e si passa direttamente alla produzione. Ma, cosa ancor più stupefacente, i cambiamenti e gli affinamenti avvengono in itinere in base alla risposta degli utenti: questa è una peculiarità della progettazione per i bambini, poiché essi sono in grado di reinterpretare continuamente le strutture di gioco scoprendone un numero infinito di modi di utilizzo che è praticamente impossibile prevedere in fase di progetto (anche perché chi progetta è adulto).

Quando si progetta per un utenza così speciale si deve considerare non solo il fatto di dover operare all’interno di ferrei parametri di comfort (tattile, visivo, acustico), ergonomia e sicurezza, assolutamente primari, ma ci si deve chiedere innanzitutto chi siano veramente i bambini di oggi e quale sia il modo di aiutarli a trovare dentro di loro i talenti per cui sono realmente portati e che potranno sviluppare nella loro vita di adulti, vera “mission” di un museo dei bambini. A tal proposito tra le teorie pedagogiche più recenti quella dell’americano Howard Gardner, docente di pedagogia all’università di Harvard a Cambridge, è una delle più interessanti; il suo fondamento è rappresentato dal concetto di creatività che può essere sollecitata e incentivata nei bambini, ma solo a partire da una profonda conoscenza delle loro inclinazioni naturali. Secondo Gardner⁵ a diversi tipi di talenti corrispondono diversi tipi di intelligenze. La “teoria delle intelligenze multiple” esclude l’esistenza di un concetto univoco di intelligenza umana, individuandone ben nove tipi diversi: linguistico, logico-matematico, musicale, spaziale, corporeo-cinestetico, interpersonale, intrapersonale, naturale ed esistenziale. Tra questi talenti alcuni sono innati, ma per svilupparsi pienamente tutti vanno continuamente esercitati ed allenati sin dalla più tenera età, e mentre nelle scuole tradizionali le uniche intelligenze che vengono veramente sollecitate sono quella linguistica e quella matematica – se escludiamo le scuole a carattere sperimentale – per tutte le altre intelligenze ci si deve affidare a enti preposti e specializzati (per es. scuole di musica per quella musicale, o palestre per quella corporeo-cinestetico e così via).

La molteplicità delle esperienze incentiva questa ricerca e tutto ciò può avvenire in ambienti particolarmente sollecitanti, multisensoriali, progettati appositamente. Se da una parte possiamo affermare che non esista uno stile di progettazione “per i bambini” o “bambinesco”, dall’altra invece sappiamo che lo spazio è molto importante per i più piccoli soprattutto perché è un elemento primario attraverso il quale riescono a relazionarsi

⁵ Howard Gardner, "Formae mentis. Saggio sulla pluralità dell'intelligenza", Feltrinelli, 1983

con il proprio corpo, non avendo ancora sviluppato pienamente le categorie astratte concettuali che permettono di bypassare l'esperienza diretta una volta raggiunta l'età adulta. Ludico è l'approccio all'apprendimento, ludico può essere anche il progetto dell'allestimento, attraverso il gioco sapiente di varietà spaziale e giustapposizione delle scale che i bambini sembrano apprezzare particolarmente nelle esagerazioni di fuoriscalda, per esempio, o nella miniaturizzazione di situazioni troppo macro per risultare facilmente comprensibili nella realtà.

Un'ultima problematica legata alla progettazione per i bambini può essere rappresentata dalla scarsa autonomia decisionale legata alla categoria: un progetto interessante per un bambino spesso non lo è per i genitori; il compito del progettista è in questo caso quello di rendere appetibile a entrambi le proprie creazioni, attraverso la predisposizione di diversi codici di lettura e interpretazione.

Compito non facile.

L'allestimento è l'allestito

La vera rivoluzione dei musei dei bambini è rappresentata dall'interattività dell'esperienza proposta e dalla soggettività dell'apprendimento: se all'interno di un allestimento museale l'utente tradizionale si sente oggetto passivo dell'esposizione, all'interno di un contesto in cui i bambini sono invitati ad apprendere divertendosi essi diventano automaticamente soggetti attivi dell'esperienza. Si tratta di un'esperienza emotiva, non nozionistica, che il più delle volte tende a non essere mediata dagli adulti e che vede l'ambito di apprendimento legato più agli spazi piuttosto che ai tempi. L'approccio è sempre plurisensoriale e riferito ai diversi tipi di intelligenze. Immersi in un ambiente così stimolante i bambini apprendono grazie a "esperienze cristallizzanti", cioè esperienze che catturano la loro attenzione e li coinvolgono totalmente, esperienze di flusso da cui deriva il desiderio di fare e imparare di più, affrontando nuove imprese. Si può facilmente pensare, quindi, come sia determinante il ruolo dello spazio, della scenografia e della progettazione ambientale all'interno dei musei dei bambini ai fini dell'apprendimento, proprio come teorizza anche lo statunitense Gorge Hein, dell'università di Lesley. La progettazione degli allestimenti – interni od esterni – di un museo dei bambini deve assolutamente considerare in modo prevalente l'importanza dell'esperienza e del fare, privilegiando il carattere funzionale del risultato piuttosto che quello estetico. Per quanto riguarda l'esperienza spaziale il tentativo deve essere quello di coinvolgere prima di tutto la percezione fisica e il consumo corporale che ne viene fatto, di privilegiare le soft qualities⁶ come luce, colore, microclima, decorazione, odori, suoni, e tutti gli stimoli sensoriali piuttosto che la composizione formale. Potremmo infine affermare - come già fece Mc Luan - che "il medium è il messaggio", ovvero, in questo caso, che l'allestimento praticamente viene a coincidere con l'allestito, che l'esperienza viene a coincidere con il luogo dell'esperienza stessa: il contesto è il gioco, il gioco è il contesto in cui esso stesso ha vita.

⁶ "Musei e identità. Politica culturale e collettività", a cura di Ivan Karp, Christine Mullen Kreamer e Steven D. Lavine, Clueb, 1995.