



LLP-LDV-TOI-10-IT-489

MUSEUM
COMMUNICATOR



POGETTO *MUSEUM COMMUNICATOR*– MU.COM.

SEMINARIO PEER REVIEW

***“Verso uno standard professionale
per il comunicatore museale”***

Irene Salerno

Sapienza Università di Roma - CIDEM

Roma, 10 Giugno 2011

L'indagine sulle professionalità del settore museale

L'indagine condotta dal gruppo di ricerca composto dallo staff del CIDEM e di EURO INNOVANET sui repertori professionali regionali, nazionali ed internazionali ha evidenziato l'esistenza di poche valide prassi di comunicazione, soprattutto quella volta a costruire relazioni e rapporti con altri attori del territorio; tuttavia è emerso che l'azione comunicativa si trova ad essere parcellizzata all'interno di diversi profili le cui *skills* possono essere prese in considerazione per la **costruzione di uno standard professionale (standard professionale = declinare in competenze – *saper fare* e relativi indicatori - le conoscenze e le capacità di un profilo) del "Comunicatore Museale"**.

L'indagine sulle professionalità del settore museale

...Alcune fonti informative/normative nazionali di rilievo:

- **Ministero del Lavoro e della Previdenza sociale/Italia Lavoro, *Thesaurus delle Figure professionali***
- **ISFOL – *Repertorio dei profili professionali*,
http://www.nrpitalia.it/isfol/ccnl_aep_old.php**
- **ISTAT, *Classificazione delle professioni***
- **EMILIA-ROMAGNA - *Repertorio delle qualifiche professionali regionali***
- **REGIONE LAZIO – *Repertorio Regionale profili formativi per l'apprendistato professionalizzante***
- **ALES, *Repertorio delle professioni nei Beni Culturali*
www.nrpitalia.it/TavoloStandard2/ales.asp**

L'indagine sulle professionalità del settore museale

In **Italia** si conferma il primato di professioni molto tradizionali all'interno dei musei, tuttavia esiste una vasta gamma di figure parallele e tangenti nei loro compiti e nelle loro *skills* a quella del “Comunicatore museale”.

Queste professionalità “di confine”, utili per la costruzione di uno standard professionale del “Comunicatore museale”, sono di seguito presentate.

L'indagine sulle professionalità del settore museale: figure di rilievo

Il Comunicatore territoriale

Thesaurus del Ministero

- Cura l'ideazione e la realizzazione di strategie, strumenti, materiali ed eventi di informazione e promozione del settore turistico; collabora alla promozione commerciale del prodotto turistico, interagendo con il responsabile del marketing turistico, con i programmatori delle attività turistiche, con i rappresentanti degli enti pubblici e privati e con la stampa.

Il Tecnico di valorizzazione dei beni/prodotti culturali

Regione Emilia Romagna

- E' in grado di ideare forme e percorsi di fruizione dei beni/prodotti culturali (archeologici, bibliografici, paesaggistici, monumentali, museali, ecc.), funzionali alla valorizzazione e allo sviluppo del territorio ospitante"

L'Esperto di comunicazione nei Beni Culturali

*Repertorio delle professioni nei Beni Culturali
ALES*

- Svolge un'attività di mediatore tra il patrimonio culturale e la comunità dei fruitori. Sa utilizzare un linguaggio specialistico per raggiungere fasce differenziate di utenza.

Il Tecnico nell'organizzazione di eventi turistico/culturali

Regione Lazio

- Configura, pianifica e sviluppa un evento, in funzione del target di riferimento e secondo la tipologia che caratterizza l'evento stesso, garantendo un giusto dimensionamento della location e un efficace piano di lavoro

**C
O
M
U
N
I
C
A
Z
I
O
N
E**

L'indagine sulle professionalità del settore museale: figure di rilievo

Per quanto concerne gli esiti della ricerca sulle professionalità del settore condotta a livello internazionale, è emersa con grande forza ed in misura maggiore rispetto all'Italia, la carenza di una figura in qualche modo sovrapponibile a quella del nostro "Comunicatore Museale".

L'indagine sulle professionalità del settore museale: figure di rilievo

...in Bulgaria

L'Esperto di
pubbliche
relazioni

- Pianifica ed organizza le campagne e le strategie di comunicazione del Museo
- Supporta il Manager del Museo in merito alle politiche della presentazione al pubblico del Museo e delle sue iniziative, sviluppa programmi di comunicazione
- Analizza l'impatto presso il vasto pubblico delle campagne di promozione del Museo
- Cura l'organizzazione di eventi speciali, seminari ed attività rivolte al pubblico, con il fine di promuovere e pubblicizzare una positiva immagine del Museo

L'indagine sulle professionalità del settore museale: figure di rilievo

...in Romania

In **Romania**, esistono due importanti fonti normative per le professionalità museali, il COR (*Code of Occupations in Romania*, creato sulla base della Classificazione Standard delle occupazioni – ISCO dell'Unione Europea) e il CNFPA (*Consiglio Nazionale per la Formazione Professionale degli Adulti*) .

Esse includono le figure del *Museografo*, che ha mansioni tipiche del curatore, e l' *Esperto di Pubbliche Relazioni*.

L'indagine sulle professionalità del settore museale: figure di rilievo

L'Esperto di
pubbliche
relazioni

- Pianifica e coordina i programmi per la promozione e valorizzazione dell'immagine del Museo presso il pubblico.

II
Museografo

- Svolge le funzioni di un "Curatore" ed ha alcuni compiti che possono essere considerati di rilievo per la professione di "Comunicatore museale", quali: stabilire gli obiettivi ed il budget delle campagne promozionali; scegliere la strategia e le tecniche di promozione del Museo; organizzare campagne promozionali.

L'indagine sulle professionalità del settore museale: figure di rilievo

Anche nel **Regno Unito** figurano dei profili piuttosto tradizionali.
Di particolare rilievo sono le mansioni *dell'Outreach Worker*.

L' "Outreach worker"

- Lavora con l'esterno al fine di creare rapporti e reti con i gruppi e le comunità locali, incluse le minoranze etniche, gli anziani, i giovani in difficoltà o altri gruppi sociali che visitano di rado i Musei
- Partecipa all'elaborazione di materiali didattici e la progettazione di mostre.

Verso uno standard professionale condiviso per il “Comunicatore Museale”

Le figure che sono state individuate sono tutte portatrici di specifiche *skills* di rilievo per la professionalità del “Comunicatore Museale”, anche se in numerosi casi è assente la funzione del rapporto con le realtà territoriali in cui in Museo si trova ad essere immerso.

Tuttavia, queste competenze sono **parcellizzate e comunque non sono fuse in un univoco, coerente e finalizzato profilo professionale.**

Dunque, si avverte la necessità di una figura in grado di convogliare in maniera unitaria ed armonica nel proprio profilo le competenze intercettate dalle molte professionalità che in qualche modo hanno a che fare con la promozione, valorizzazione e la comunicazione ma che senza la capacità di creare **nuove ed efficaci sinergie con gli attori territoriali**, non riescono a rispondere alle sfide menzionate in principio.

Verso uno standard professionale del “Comunicatore Museale”

In conclusione, la figura delineata nell’ambito del progetto MU.COM., dovrà avere competenze specifiche nella attivazione e gestione di reti con gli attori territoriali, nella promozione e valorizzazione dei contenuti, dell’immagine e dell’attività, sia ordinaria che straordinaria, del Museo stesso, anche in un’ottica di valorizzazione turistico-culturale dei territori in cui operano i Musei.



Il Corso in Alta Formazione per “Comunicatore Museale”

La formazione erogata nell’ambito del Corso sarà articolata in 4 macro-aree formative:

- 1. Discipline di base propedeutiche all’apprendimento degli insegnamenti altamente specialistici*
- 2. Pianificazione e gestione di interventi educativi e turistico-culturali*
- 3. Promozione e valorizzazione dei beni/prodotti turistico-culturali*
- 4. Legislazione museale*

Il Corso in Alta Formazione per “Comunicatore Museale”

CORSO IN ALTA FORMAZIONE PER IL COMUNICATORE MUSEALE		
MODULI	UNITA DI COMPETENZA	ATTIVITA'
I – PROPEDEUTICA DI BASE	<ul style="list-style-type: none"> Saper padroneggiare il contesto generale di riferimento in cui si opera 	Storia generale e storia locale per valorizzare i contenuti di un Museo alla luce del contesto storico e geografico di riferimento
		Aspetti culturali, paesaggistici e religiosi locali
		Museologia
		Tecniche di comunicazione istituzionale per la promozione dell'immagine del Museo
		Tecniche di comunicazione sociale
		Elementi di economia della cultura
		Elementi di sociologia dei consumi

Il Corso in Alta Formazione per “Comunicatore Museale”

II – PIANIFICAZIONE E GESTIONE DI INTERVENTI EDUCATIVI E TURISTICO- CULTURALI	<ul style="list-style-type: none"> • Saper analizzare le potenzialità del sistema socio-culturale ed economico del territorio • Saper valutare il potenziale del patrimonio culturale esistente nel territorio e la sua fruizione. • Saper stabilire relazioni e rapporti cooperativi per iniziative e progetti con gli attori del territorio (pubblici, privati, no profit) • Saper cooperare con la struttura del Museo alla definizione di progetti e iniziative culturali specifiche per la sua valorizzazione • Saper <u>co-progettare</u> e coordinare la comunicazione di eventi/iniziative integrate tra più soggetti per la valorizzazione del Museo e del territorio (turismo) 	Elementi di metodologia della ricerca sociale (metodi di ricerca <u>quali-quantitativa</u>)
		Tecniche di pianificazione delle attività
		Tecniche di Project management
		Strategie di lobbying
		Tecniche di monitoraggio delle attività
		Metodologie e strumenti educativi

Il Corso in Alta Formazione per “Comunicatore Museale”

III – PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI/PRODOTTI TURISTICO-CULTURALI	<ul style="list-style-type: none"> • Saper partecipare alla progettazione, configurazione e sviluppo del Museo tramite attività di promozione in collegamento con gli attori sociali, economici e turistici del territorio. • Saper definire progetti e iniziative culturali specifiche per la valorizzazione dei contenuti del Museo • Saper definire strategie di ampia comunicazione • Saper padroneggiare gli elementi di marketing culturale per la promozione del Museo • Saper utilizzare le tecniche di comunicazione per la promozione dell'attività ordinaria e straordinaria del Museo presso il vasto pubblico 	Elementi di teoria della comunicazione
		Principi della comunicazione con le nuove tecnologie
		Principi della comunicazione attraverso i media
		Tecniche di comunicazione interpersonale
		Tecniche di redazione e elementi di comunicazione con il pubblico
		Tecniche di pubbliche relazioni
		Tecniche di marketing culturale, operativo e territoriale
		Tecniche della comunicazione pubblicitaria
		Elementi di informatica di base
		Elementi di tecnologie dell'informazione e della comunicazione e tecniche di giornalismo (tecniche di scrittura; utilizzare strumenti di pianificazione delle attività; applicare tecniche di predisposizione mailing-list; utilizzare software per la formattazione di testi)
Tipologie di comunicazione per eventi		

Il Corso in Alta Formazione per “Comunicatore Museale”

IV – LEGISLAZIONE MUSEALE	<ul style="list-style-type: none">• Padroneggiare le normative per la valorizzazione del territorio e dei Beni paesaggistici, culturali e ambientali	Normativa dei beni e delle attività culturali, nazionale ed internazionale
		Legislazione nazionale e regionale per la valorizzazione delle risorse culturali e del territorio
		Normativa dello spettacolo e ed eventi in spazi pubblici

GRAZIE DELLA VOSTRA ATTENZIONE