



CESVOT

CENTRO SERVIZI VOLONTARIATO TOSCANA

REGIONE
TOSCANA



Guida ad uso del volontario informato



A cura di
Francesca Velani
In collaborazione con
Elisa Tranfaglia
Autori:
Claudio Rosati
Maurizio Toccafondi



PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



Direzione regionale
per i beni culturali e paesaggistici
della Toscana

Questo manuale nasce nell'ambito delle attività che Cesvot ha realizzato negli ultimi anni a supporto delle associazioni di volontariato che operano nel settore dei beni culturali. A partire dal 2008, grazie anche alla collaborazione con la Federazione Toscana Volontari Beni Culturali, il Cesvot ha sostenuto momenti di riflessione e confronto sul territorio con lo scopo di rafforzare la visibilità delle associazioni e la loro capacità di fare rete. Una prima importante tappa di quel percorso è stato il convegno "Il volontariato nei beni culturali: lo stato dell'arte in Toscana", promosso nel 2009 proprio all'interno di LuBeC.

Quella prima significativa presenza del volontariato toscano al salone LuBeC ha segnato anche l'avvio della collaborazione con la Fondazione Promo PA, la Regione Toscana e la Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici. Nel 2010, infatti, abbiamo attivato nelle nostre Delegazioni territoriali un percorso di riflessione e ascolto delle associazioni di volontariato per capire come rendere più efficace e incisivo il rapporto tra volontariato dei beni culturali e istituzioni.

Da quell'esperienza, presentata a Lu.Be.C. 2010, è emersa una necessità e volontà comune: realizzare, in modo condiviso e partecipato, delle linee guida che contribuissero a sostenere e regolamentare la collaborazione tra volontariato ed istituzioni.

Scopo della Magna Charta è favorire il riconoscimento, la programmazione e l'organizzazione dell'attività del volontariato dei beni culturali e integrare la sua azione con quelle delle istituzioni statali e locali attraverso un progetto pilota che possa costituire un modello replicabile ed esportabile. Il documento potrà essere recepito e fatto

proprio da enti e associazioni che potranno, se vorranno, adattarlo ad esigenze specifiche.

Un volontariato dei beni culturali più forte e organizzato significa anche cittadini e istituzioni più consapevoli e attente alla tutela del nostro patrimonio culturale.

In Italia la prima associazione ad occuparsi di beni culturali senza scopo di lucro è stata la Società Tarquiniese d'Arte e Storia fondata a Tarquinia nel 1917. Dobbiamo però aspettare l'alluvione di Firenze del 1966 per il primo grande intervento di volontari a salvaguardia dei beni culturali e gli anni '80 perché il volontariato trovi un primo riconoscimento da parte delle istituzioni.

Oggi il "volontariato per l'arte" è una realtà importante e diffusa sul territorio nazionale e regionale: in Toscana sono oltre 300 le associazioni di volontariato impegnate nella promozione e nella tutela del nostro patrimonio culturale. Grazie all'azione quotidiana di volontari qualificati e motivati il volontariato dei beni culturali contribuisce all'apertura di musei, chiese e aree archeologiche, alla conservazione di monumenti e opere d'arte, alla creazione di archivi e biblioteche e più in generale alla salvaguardia dell'arte e della storia del nostro Paese.

Se il volontariato culturale in Toscana è così organizzato e diffuso sul territorio, ciò si deve anche alla capacità delle associazioni di attivare sinergie con istituzioni statali, enti locali, università e soprintendenze. Un aspetto, quello della collaborazione tra enti pubblici e associazioni – nella chiarezza delle competenze e dei ruoli di ciascuno - che crediamo fondamentale e al quale abbiamo dedicato grande attenzione.

*PATRIZIA PETRUCCI
Presidente CESVOT*

Mi piace molto il titolo individuato per la presente pubblicazione Guida ad uso del volontario informato perchè sintetizza egregiamente lo spirito con cui il gruppo di lavoro-costituito dal personale del MIBAC, della Regione Toscana, del Cesvot e coordinato da Promo P.A. - ha affrontato la difficile sfida di sistematizzare buone pratiche e regole condivise in un documento di facile e piacevole consultazione come questo.

Il vademecum, che avrebbe potuto altrimenti intitolarsi “guida per il volontario consapevole”, nasce al termine di un lungo e fitto percorso di avvicinamento alla redazione finale della Magna Charta che ci ha visti tutti coinvolti in una articolata e ricca sperimentazione pratica delle linee guida individuate.

La Guida tiene conto delle esigenze di informazione emerse dai gruppi di volontari che hanno con entusiasmo partecipato alla prima edizione di un percorso formativo e di progettazione metodologica volti a qualificare la presenza del personale volontario nella vita dei musei del territorio toscano; il linguaggio utilizzato, preciso ma privo di tecnicismi e, dunque, di agevole comprensione e la grafica accattivante contribuiscono in modo determinante a raggiungere l’obiettivo di fornire a tutti i protagonisti, anche agli addetti ai lavori, non solo ai volontari, un manualetto non prescrittivo ma fitto di informazioni pratiche, regole, spunti di approfondimento.

Desidero esprimere il mio riconoscimento a tutte le persone che hanno lavorato con entusiasmo a questo progetto e, soprattutto, ringraziare tutti i lettori che utilizzeranno questa Guida regalando generosamente il proprio tempo al patrimonio culturale toscano.

*ELENA PIANEA
Regione Toscana
Dirigente Settore Musei ed Ecomusei*

Un progetto di

Cesvot – Centro Servizi Volontariato Toscana
Regione Toscana – Settore Musei ed Ecomusei

e di

Promo PA Fondazione

Con il supporto scientifico e la collaborazione di

Direzione Regionale per i beni culturali e paesaggistici della Toscana

Con la supervisione di

Paolo Balli
Elena Pianea
Maddalena Ragni
Gian Bruno Ravenni

Coordinamento tecnico- scientifico

Francesca Velani

Tutor del progetto

Elisa Tranfaglia

Gruppo di Lavoro

Alessandro Berra
Maia Pia Bertolucci
Fabrizio Borelli
Ivana Ceccherini
Rita Migliarini
Elena Pianea
Claudio Rosati
Leonardo Terreni
Maurizio Toccafondi
Elisa Tranfaglia
Francesca Velani
Lina Votta
Flora Zurlo

Istituzioni e Associazioni delle Sperimentazione

Area archeologica di Civitella Paganico e Associazione Odysseus
GAMC – Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Viareggio
e Amici dei Musei di Viareggio;
Museo Archeologico di Arezzo e Associazione Giano di Arezzo
Museo Archeologico delle Acque di Chianciano Terme e
Associazione geoarcheologica
Museo Civico di Fucecchio e Associazione Archeologica
Volontariato Medio Valdarno
Musei Nazionali di Lucca e Amici dei Musei di Lucca
Museo del Tessuto di Prato e Amici dei Musei e dei Beni
Ambientali Pratesi
Museo di Storia Naturale e del Territorio dell'Università di Pisa e
Amici del Museo Naturalistico di Calci

Hanno collaborato al progetto

Alessandra Belluomini Pucci, Maria Chiara Bettini, Elisa Biagi, Andrea Camilli, Ivana Ceccherini, Antonella Chiti, Antonia d'Aniello, Mauro del Corso, Andrea Vanni Desideri, Lilia Fazzini, Giovanni Forconi, Gianluca Giannini, Filippo Guarini, Edda Magnani, Fabio Marchi, Selby Mc Creery, Giulio Paolucci, Enrico Ragni, Maria Stella Rasetti, Andrea Rossi, Roberto Santini, Leonardo Giovanni Terreni, Silvia Vilucchi, Luigi Zadi, Andrea Marcocci, Marco Tongiorgi.

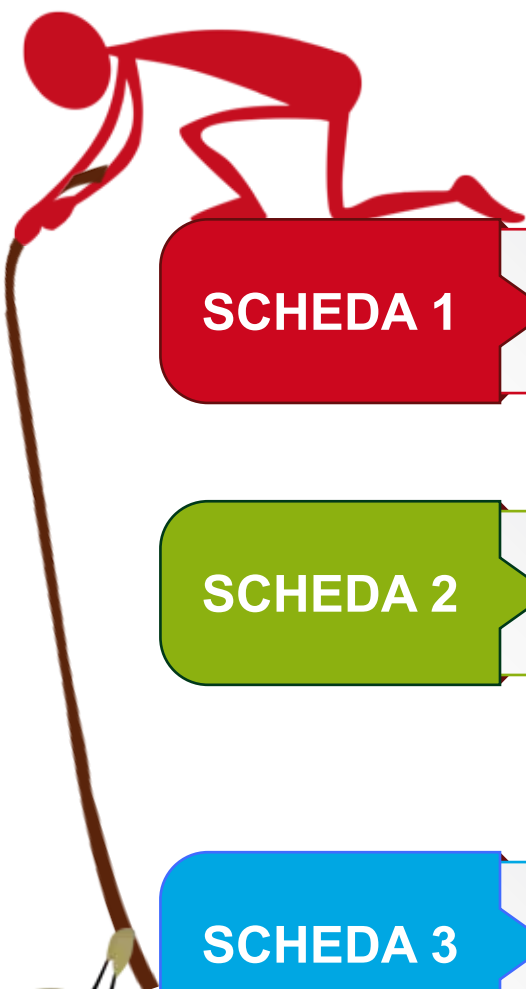
Si ringraziano per il supporto costante, i preziosi consigli e la collaborazione riservata al progetto:

La Federazione Volontari per i Beni Culturali

Il Settore Comunicazione del Cesvot

Il GAI – Gruppi Archeologici d'Italia

Un ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito a vario titolo alla sua realizzazione.



SCHEDA 1

*Il volontario
dei beni culturali*

SCHEDA 2

*La comunicazione
interna ed esterna*

SCHEDA 3

*La sicurezza dei
beni, la sicurezza
delle persone*



APPENDICE 1

La Magna Charta

APPENDICE 2

*Legislazione
di riferimento*



Il volontario

DEI BENI CULTURALI

In questa prima scheda dedicata alla figura del Volontario per i beni culturali, abbiamo raccolto informazioni utili al volontario, affinché, attraverso la lettura di buone pratiche, della legislazione, della normativa essenziale e dei documenti possa approfondire la conoscenza degli ambiti e delle modalità di collaborazione ed interazione con le Istituzioni con le quali si relaziona, nonché trarre ispirazione per proporre nuove attività.

La scheda è suddivisa in una parte introduttiva generale ed un pratico glossario dedicato al tema.



La prevalenza di un impegno diretto sul campo può far credere al volontario che la conoscenza della legislazione e della normativa in materia di beni culturali e del volontariato non sia necessaria per i compiti pratici che svolge, tuttavia, le leggi forniscono una mappa di orientamento concettuale utile a capire meglio il senso dell'agire quotidiano.

Bene culturale, valorizzazione, museo, volontario, sono termini che trovano nella legislazione definizioni ben precise e che è necessario conoscere, perché forniscono strumenti indispensabili alla cassetta degli

A termini come tutela e conservazione, che hanno alle spalle più di cento anni di pratica sul campo, si è aggiunta di recente valorizzazione, una parola per molti aspetti ambigua per i significati che può avere e che è bene approfondire.

La definizione, forse, più chiara, di valorizzazione, anche per la sua forma sintetica, è quella di "aggiunta di fruizione".

Anche il termine volontario, che può apparire del tutto acquisito, ha nella formulazione della legge una pregnanza particolare.



La legge dell'11 agosto 1991, n.266, ci dice infatti che l'attività di volontariato è "quella prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l'organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà".

*La valorizzazione e l'aggiunta
di fruizione al bene culturale*

Ma per un quadro più esauriente è comunque consigliabile leggere gli articoli riportati in appendice, che meglio connotano i concetti appena espressi.

PROFESSIONISTI E VOLONTARI DEL MUSEO

Per il Codice etico dell'International Council of Museums la definizione di professionista museale “include il personale retribuito e volontario dei musei che abbia una formazione specialistica o che abbia un'esperienza pratica equivalente in tutti gli ambiti collegati alla gestione e al funzionamento del museo”. Nel nostro caso per “professionista” intendiamo solo il personale strutturato dell'istituzione.

La definizione dell'ICOM resta comunque esemplare dell'importanza che viene data alla figura del volontario che nella pratica internazionale rappresenta uno standard di qualità del museo che si avvale della sua opera. Sempre il Codice etico invita le “amministrazioni responsabili ad adottare in forma scritta la propria politica in materia di lavoro volontario che favorisca l'interazione efficace tra i volontari e il personale del museo”.





MA COSA PUÒ FARE IN CONCRETO UN VOLONTARIO NEL MUSEO?

La risposta è quella di rispettare un criterio fondamentale: il volontario deve essere sempre di supporto - con una propria specificità - senza sostituire il personale. Si può dire così che non vi siano campi di azione preclusi al volontario; cambia solo il modo di intervenire nel campo prescelto.



All'estremo opposto rispetto ai cittadini-parassiti su questa immaginaria scala della cittadinanza ci sono i "cittadini extra", quelli che danno alla comunità più di quanto ricevono, il contrario esatto dei parassiti. Da tempo questi cittadini così diversi dagli altri vengono indicati col termine "volontari", per indicare che fanno volontariamente cose che i cittadini normali farebbero solo se costretti e che i cittadini-parassiti non farebbero in nessun caso. I volontari aggiungono alla propria sfera di doveri di cittadinanza doveri nuovi, senza che nessuno li obblighi a farlo.

E infatti nel mondo regolato dallo schema bipolare tradizionale, secondo il quale l'amministrazione pubblica amministra nell'interesse pubblico mentre i cittadini perseguono i propri interessi individuali, la presenza di questa tipologia di cittadini era inspiegabile, quasi un'anomalia, tanto da essere definiti con un termine che in guerra veniva usato per coloro che si offrivano spontaneamente per compiere azioni particolarmente rischiose. Mentre i cittadini-parassiti inquinano la comunità con la loro presenza arrogante e predatoria, i cittadini extra la migliorano, l'arricchiscono, ripuliscono l'aria per così dire. (G.Arena, Cittadini attivi, Laterza, Bari, 2006)

La Magna Charta dedica alla “garanzia del profilo del volontariato” un intero paragrafo che chiarisce come nel contesto attuale, caratterizzato dalla molteplicità di forme di prestazione di lavoro (stage, servizio civile, tirocinio, cooperative sociali, lavoro interinale, etc.), sia ancor più necessario far sì che la prestazione del volontario si espliciti chiaramente nel ruolo che gli è proprio, senza che questo sconfini in ambiti di pertinenza di altre figure. Ciò premesso, l'intervento del volontario non può in alcun modo essere sostitutivo di funzioni ordinarie, di esclusiva competenza degli istituti.

Un'attenzione particolare deve essere, infine, rivolta alle esigenze dei giovani perché la scelta del volontariato possa essere vissuta non come surrogato di lavoro, ma come esperienza di arricchimento complessivo, civile, culturale e professionale, della persona.



Il volontario è di supporto!



È importante che l'Istituzione sappia esattamente che cosa chiede ai volontari al fine di poter concordare le modalità della collaborazione.



L'attenta definizione dei compiti aiuta il volontario nell'espletamento della propria attività e lo responsabilizza. Allo stesso tempo aiuta l'Istituzione a conoscere meglio i suoi bisogni e a migliorare la qualità del suo impegno e dei suoi servizi.



*La collaborazione culturale
richiede un esercizio
di responsabilità*

PATRIMONIO

Il patrimonio culturale (materiale e immateriale) è un'eredità che ci è stata trasmessa. Come ogni eredità richiede un esercizio di responsabilità. Il patrimonio può essere dissipato, conservato e talvolta arricchito. Il volontario esercita pienamente questa responsabilità nel favorire l'allargamento della fruizione del patrimonio.

Il *volontario* – si legge nel documento delle risoluzioni approvate a Verona nel 2007 alla conclusione della Terza conferenza nazionale dei musei italiani, promossa da Icom – *“esprime una volontà di partecipazione della comunità alla salvaguardia e conoscenza del patrimonio culturale e corrisponde all’assunzione di una responsabilità personale nei suoi confronti che tutte le pubbliche amministrazioni hanno il dovere, e l’interesse, di incentivare, sostenere e che devono contribuire a sviluppare”*.

SUSSIDIARIETÀ

Molto evocata, assai citata, poco praticata.

La sussidiarietà è un principio regolatore tale per cui se un ente - o un soggetto dotato di forma giuridica riconosciuta - che sta “più in basso” è capace di fare qualcosa, l’ente che sta “più in alto” deve lasciargli questo compito, eventualmente sostenendone anche l’azione. Si parla di sussidiarietà verticale quando i bisogni

GLOSSARIO



I cittadini, non solo possono partecipare, nelle forme previste, ai processi con cui le amministrazioni pubbliche prendono le decisioni, ma anche prendersi cura in concreto dei beni comuni, come, appunto, il patrimonio culturale.

dei cittadini sono soddisfatti dall'azione degli enti amministrativi pubblici, e di sussidiarietà orizzontale quando tali bisogni sono soddisfatti dai cittadini stessi, magari in forma associata e/o volontaristica.

Sussidiarietà, tuttavia, rischia di rimanere una nebulosa di idee poco afferrabile, eppure si tratta di un principio fondamentale perché legittima, con la forza che ha la Costituzione (**art. 118 e 120**), la cittadinanza attiva.

È stato detto che la sussidiarietà riguarda più la sfera del “fare” che quella del “dire”. **L'articolo 118 u.c. della Costituzione dispone che “Stato, Regioni, Città Metropolitane, Province e Comuni, favoriscono l'autonoma iniziativa dei privati, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale sulla base del principio di sussidiarietà”.** Per le istituzioni pubbliche “favorire l'autonoma iniziativa dei privati” assume così il rilievo di un dovere costituzionale.

LA FORMAZIONE

Per poter gestire un museo con successo c'è bisogno di capacità, entusiasmo e di buone basi teoriche. Uno dei requisiti per svolgere un lavoro di qualità è quello di avere personale ben preparato e adeguatamente formato, specialmente nei casi in cui si tratti di volontari.

È utile pensare la formazione dei volontari anche come un processo continuo, che può svolgersi in modo non formale. Molti musei hanno sperimentato la validità di una formazione sul campo con la partecipazione a visite guidate, lezioni o incontri dedicati al personale; una formazione non per il volontariato, ma integrata. Soprattutto la formazione dei volontari deve tenere di conto dei loro bisogni di conoscenza e riferirsi all'ambito del loro intervento.

I DIRITTI

I diritti del cittadino non si arrestano sulla soglia di un museo, all'ingresso di un parco archeologico, entrando in biblioteca, etc... . Si è "consumatori ed utenti" anche quando visitiamo un luogo della cultura o partecipiamo ad una sua attività.

Il museo, per esempio, è un servizio pubblico e se è di natura privata si configura come un servizio di pubblica utilità. In ambito anglosassone è forte la percezione del visitatore come un "*usertaxpayer*" (contribuente) al quale si deve rispondere

dell'efficacia del servizio che viene dato. Si tratta di un atteggiamento che porta a considerare con altrettanta attenzione i non “*usertaxpayer*”.

Nel museo i diritti del cittadino trovano un'ulteriore declinazione, insieme ai doveri, nella Carta dei Servizi che espone principi e regole che regolano il rapporto tra il museo e i cittadini.

È utile conoscere i diritti che la Legge n. 281 del 1998 - “Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti” - riconosce come fondamentali. Sono il diritto alla tutela della salute, alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi, ad una adeguata informazione e a una corretta pubblicità, all'educazione al consumo, alla correttezza, trasparenza ed equità nei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi, alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti, all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza.



*“Mario l’aveva detto a Luigi
che forse non l’ha comunicato
alla biglietteria”*



Privacy – secondo il Garante del trattamento dei dati personali – è un termine inglese che evoca significati a volte mutevoli, accostabile ai concetti di “riservatezza”, “privatezza”.

LA PRIVACY

Il diritto alla privacy si esercita anche in un luogo della cultura.

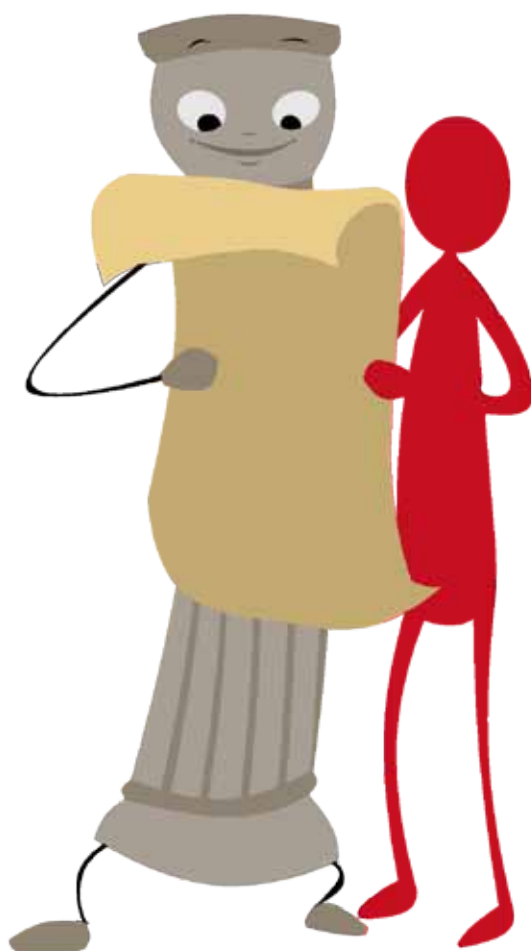
Ad esempio, oggi la *privacy* non significa soltanto di essere lasciati in pace o di proteggere la propria sfera privata, ma anche il diritto di controllare l'uso e la circolazione dei propri dati personali che costituiscono il bene primario dell'attuale società dell'informazione.

Il diritto alla *privacy* e, in particolare, alla protezione dei dati personali costituisce un diritto fondamentale delle persone, direttamente collegato alla dignità umana, come sancito anche dalla Carta fondamentale dell'Unione Europea”.

Se il museo ha un sistema di videosorveglianza delle sale ne deve dare notizia al pubblico, all'ingresso e in modo evidente. I nastri registrati non possono essere conservati, ma distrutti nei tempi che la legge indica.



In modo particolare, i campi di applicazione del diritto alla privacy nel museo: la videosorveglianza e la formazione di mailing list dei visitatori per l'invio di informazioni delle attività del museo.



Gli indirizzi dei visitatori non possono essere utilizzati senza il consenso degli stessi. Soprattutto non è possibile costituire mailing list da dati che abbiamo avuto per altri usi. Si vedano i provvedimenti del Garante del trattamento dei dati personali, citati nell'appendice delle fonti, che espongono chiaramente come comportarsi in questi due ambiti (cfr Appendice...).

L'AUTORITÀ DELL'ISTITUZIONE

Il visitatore deve potersi fidare dell'autorità dell'istituzione che è un'Istituzione “al servizio della società e del suo sviluppo” che “compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone ai fini di studio, educazione e diletto”.

Una notizia, una spiegazione, un'interpretazione, ricevute devono pertanto essere certe in base allo stato della ricerca e degli studi. Nel comunicare con il pubblico dobbiamo sempre tener di conto questa condizione; il modo di esporre deve essere personale, ma i contenuti non possono che essere quelli convalidati dal museo.

L'AUTORITÀ DEL VOLONTARIO

Anche il volontario ha un'autorità nel senso di “stima, credito, fiducia di cui un individuo gode nel far fede, consigliare, guidare”. È l'autorità che gli deriva dalla scelta che ha fatto come semplice cittadino, spesso





Un comportamento di gratuità e interesse autentico manda anche un **messaggio di vicinanza e di accessibilità**, incoraggia ad avvicinarsi al patrimonio culturale, soprattutto nell'ambito della comunità di più diretto riferimento che resta, rispetto alle politiche di valorizzazione istituzionali e non, il primo pubblico e destinatario.

non specialista della materia, di occuparsi del patrimonio culturale donando “competenze, capacità, esperienze e tempo”.

I segnali, a questo proposito, non sono incoraggianti. Secondo l'indagine condotta dal Centro Studi “Gianfranco Imperatori” dell'Associazione Civita, con il sostegno della Fondazione Roma Arte Musei, la quota dei residenti che visita il museo scende al 18% dei visitatori, con un decremento del 10% rispetto al dato del 1999. Soprattutto il volontario, che non soffre dell'autoreferenzialità (il riferirsi al proprio lavoro all'interno del contesto del lavoro stesso), propria di ogni mestiere, è in grado di cogliere meglio esigenze che non si manifestano sempre in modo esplicito e gli ostacoli percepiti dal pubblico nell'aderire, ad esempio, a una proposta del museo.

*Il visitatore deve potersi
fidare dell'autorità
dell'istituzione*

L'UNICITÀ DEL VOLONTARIO



Anche per i volontari vale quello che abbiamo detto per il pubblico: **non esiste, soprattutto per formazione, un volontario tipo**. È certo che tutti portano nella relazione con il pubblico il valore della loro esperienza umana.

Anche per i volontari vale quello che abbiamo detto per il pubblico: non esiste, soprattutto per formazione, un volontario tipo. È certo che tutti portano nella relazione con il pubblico il valore della loro esperienza umana.

Come già esposto nell'introduzione a questo manuale le attività promosse nell'ambito della sperimentazione della *"Magna Charta del volontariato"* ribadiscono come l'adesione alle specificità delle collezioni e del territorio, le caratteristiche dei singoli partecipanti e i bisogni delle istituzioni determinino situazioni diverse l'una dall'altra. Si tratta di un dato positivo che ci deve far riflettere sull'idea o pretesa, che talvolta si manifesta, di stabilire rigidi standard uniformi di attività.

→ In alcuni casi i volontari guidano la visita ad una parte della collezione o a un aspetto del museo più confacente alle loro caratteristiche dopo una formazione specifica. Questo - per esempio - è il caso dell'**Associazione "Paolo Savi" degli Amici del Museo di storia naturale e del territorio di Calci**. I settori

espositivi oggetto della formazione sono le sale dell'evoluzione geopaleontologica dei Monti Pisani e la sala "La natura a portata di mano", esposizione sui tre ambienti caratteristici del nostro territorio. Alle conoscenze di questi settori espositivi i volontari aggiungono, ognuno con il proprio stile narrativo, le spiegazioni e gli approfondimenti che hanno acquisito con l'esperienza pregressa delle visite naturalistiche sul territorio. Il loro ruolo potrebbe quindi essere quello di narratori delle esposizioni e della filosofia progettuale di chi tali esposizioni ha ideato e realizzato ed al contempo narratori di se stessi e dell'esperienza diretta fatta tramite le visite naturalistiche sul territorio come testimonianza e promozione di un "vissuto" rapporto con la natura".

→ I visitor studies danno ampiamente conto, a livello internazionale, della complessità tematica dei musei attivi nel campo delle scienze e di come questi musei siano visitati anche in altri paesi europei meno di quanto si creda. Il progetto di Calci cerca quindi di rispondere alle necessità di un museo scientifico che dialoghi e sia coinvolgente.

→ Il Museo Civico di Fucecchio e l'**Associazione Archeologica Volontariato Medio Valdarno** hanno deciso di lavorare, su più fronti accomunati tutti dalla caratteristica di allargare la fruizione del patrimonio culturale: progettazione e cura di visite guidate nel territorio, lungo il tracciato della via Francigena, con

l'integrazione di esperti disciplinari diversi (geologi, geografi, storici, etc.); aggiornamento di parti dell'esposizione museale con un cambio di prospettiva nell'interpretazione e tenendo di conto dei materiali conservati nel deposito; attività di presidio del territorio con campagne di controllo considerato che nel passato le segnalazioni dei volontari hanno contribuito alla stessa fondazione del museo; partecipazione alla progettazione dell'esposizione di uno scavo di fornace.

→ In formazione è il **gruppo di volontari del Museo archeologico Gaio Clinio Mecenate ad Arezzo**. L'intenzione è quella di ampliare, con il sostegno dei volontari, la fruizione della collezione e dell'anfiteatro.

→ Due i progetti dei Musei Nazionali di Palazzo Mansi e di Villa Guinigi a Lucca. Nel primo l'**Associazione degli Amici dei Musei di Lucca**, attiva da tempo, cura l'accoglienza del pubblico. L'intervento dei volontari ha infatti l'obiettivo di qualificare la relazione con il pubblico, fornendo assistenza e orientamento nella visita. I volontari, inoltre, osservano i comportamenti dei visitatori, sulla base di una traccia predefinita, per delineare un primo quadro di reazioni utili a successivi allestimenti.

→ Alla Galleria di arte moderna e contemporanea di Viareggio i volontari dell'**Associazione Amici del Museo di Viareggio**,

*La formazione è un
processo continuo*

costituitasi proprio in occasione dell'apertura del museo, hanno progettato, insieme alla direzione, una visita per le famiglie alla mostra Il '900 nelle raccolte civiche fiorentine. L'idea è quella di elaborare un modulo che consenta una visita autonoma dei gruppi familiari.

→ Al Museo Archeologico delle Acque a Chianciano Terme, i volontari dell'**Associazione geoarcheologica di Chianciano Terme** che con le loro campagne di ricerca sono alla base della fondazione dello stesso museo, si dedicano all'osservazione del pubblico. L'iniziativa sostiene l'intenzione di rivedere alcune parti dell'allestimento espositivo.

→ I volontari dell'**Associazione Odysseus** danno un supporto allo scavo della necropoli di Civitella Paganico che si colloca lungo l'itinerario che va dall'interno alla costa. L'operazione è seguita dalla Soprintendenza per i Beni Archeologici della Toscana e darà il modo di sperimentare forme di cooperazione tra professionisti e volontari in un campo assai delicato come quello.

→ Al Museo del Tessuto a Prato i volontari dell'**Associazione degli Amici dei Musei e dei Monumenti di Prato**, che da anni collaborano all'apertura domenicale del museo, aggiungono all'accoglienza e alla sorveglianza l'osservazione dei visitatori contribuendo al rinnovamento dei percorsi espositivi.

“

Qualche tempo fa alla mostra “Caravaggio, la bottega del genio” (a Roma) siamo stati accompagnati da una giovane e bravissima guida che ci ha spiegato l’esposizione. Sovrapprezzo per questo servizio? Nessuno. L’ultimo giorno della mostra “Caravaggio a Roma” all’Archivio di Stato, la piacevole esperienza si è ripetuta: un giovane storico dell’arte specializzato anche in archivistica ci ha illustrato i quadri e i documenti esposti. Come sospettavo, il giovane fa questo lavoro gratis. All’uscita un sobrio manifestino ci ricorda che l’Archivio di Stato versa in una difficilissima situazione economica. Vorrei esprimere il mio ringraziamento a tutti questi giovani studiosi, ammirevoli. Ma quanto è triste sapere che non si finanziano adeguatamente servizi e competenze sulla cultura.

”



L'INFORMAZIONE



La legge 7 giugno 2000, n.150, “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni” stabilisce che tutti gli enti pubblici devono dotarsi di un ufficio per le relazioni con il pubblico e che possono istituire un ufficio stampa.

La comunicazione e l'informazione istituzionali di un museo pubblico sono affidate a specialisti con specifiche competenze disciplinari e a questi occorre rivolgersi per concordare una campagna o un comunicato stampa. Si pensi, tanto per fare un esempio, alla necessità di informare in modo paritario tutte le fonti di informazione senza dimenticarne alcuna. Il “fai da te”, in questi casi, è più deleterio di quanto si possa credere.

Il volontario, come lo stesso personale del museo, è tenuto a garantire, in ogni caso, la riservatezza di tutto quello che può apprendere durante il servizio. La legge, come si sa, ha abolito il “segreto di ufficio” che da pratica ordinaria è diventata, appunto, eccezionale e solo in casi ben definiti, ma le notizie non possono che essere diffuse tramite i canali ufficiali.

IL REFERENTE DEL MUSEO E DELL'ASSOCIAZIONE



L'esperienza segnala come la mancanza di referenti certi e stabili nei rapporti tra i volontari e il personale del museo costituisca a volte una causa di mancato coordinamento e di incomprensione.

I malintesi sono sempre possibili e una situazione non disciplinata contribuisce a crearne. Ma i referenti dell'istituzione e dell'associazione non servono solo a garantire una migliore circolazione delle informazioni e il formarsi di un bagaglio prezioso di conoscenze, che altrimenti sarebbe disperso, contribuiscono a consolidare, con la loro assunzione di responsabilità, quali rappresentanti dei due soggetti, le relazioni tra professionisti e volontari.

Non si deve pensare che in questo modo venga data un'impostazione fortemente gerarchica al rapporto perché il compito dei due colleghi è proprio quello di creare un clima gradevole di cooperazione, di scambio e di dialogo.

Angela Bortolot, presidente dell'Associazione dei Volontari del Museo Diocesano di Milano, individua "nell'attività attraente nel Museo" uno dei fattori del successo nelle adesioni.

L'impegno deve tradursi, insomma, in un'attività gratificante anche per il clima umano all'interno del museo.

SEDE/SPAZIO DEDICATO

L'ultima definizione del nostro glossario per questa sessione si riferisce alla differenza tra sede e spazio dedicato.

Sono ben note le difficoltà che si possono incontrare nel trovare una sede, ma è bene comunque avere la consapevolezza della sua importanza.

Ognuno di noi sa per esperienza che le qualità dello spazio in cui lavoriamo influiscono sul nostro comportamento e sul nostro modo di percepire l'ambiente che ci circonda. Sapere che nel museo c'è, in caso di bisogno, uno spazio dedicato può confortare chi è impegnato nel volontariato.

Oltre all'utilità pratica un punto stabile di riferimento contribuisce a rendere organica la presenza dei volontari nel museo, aumentando il senso di appartenenza all'istituzione, e manda un messaggio chiaro di inclusione a tutto il personale. Tuttavia è bene evidenziare la differenza tra sede e spazio dedicato:



La sede dell'associazione è il luogo ove essa ha sede giuridica, svolge tutte le attività inerenti l'associazione stessa; lo spazio che invece una istituzione culturale deve dedicare ai volontari di un'associazione con cui collabora, è un'area interna al museo, parco archeologico, biblioteca, etc... che si può concretizzare anche in un angolo allestito con armadietti, lavagna etc, e si connota come punto di riferimento per scambiarsi informazioni, idee, materiali esclusivamente riferiti alla collaborazione specifica.

LA COMUNICAZIONE

Questa seconda parte è dedicata alla sfera assai ampia della comunicazione interna ed esterna al museo. Come la precedente è suddivisa in una parte introduttiva generale ed un pratico glossario dedicato al tema.



*La reciprocità è l'elemento
costitutivo del volontariato*

“Non si può non comunicare”, afferma un principio della comunicazione. La stessa presenza di volontari e professionisti nel museo, anche se muta, manda con il solo esserci un messaggio al pubblico. Noi guardiamo il pubblico e il pubblico osserva noi. La comunicazione è sempre un processo circolare: un soggetto emittente manda un messaggio a un destinatario che a sua volta lo raccoglie e risponde con un altro fino a quando si arriva ad un "equilogue": un dialogo che trova un punto di equilibrio.



Il cartellino di identificazione, serve a segnalare la funzione di servizio di chi lo porta e comunicare che si è lì proprio per il pubblico.

Il cartellino manda, allo stesso tempo, un avviso di rispetto per il luogo in cui ci troviamo e di cordialità nel segnalare una **disponibilità al dialogo**. Il garante per la pubblicazione dei dati personali ha stabilito che il cartellino di identificazione, che ogni dipendente pubblico è tenuto a portare, non consenta l'identificazione diretta della persona (nome e cognome) ma solo un codice che, in caso di necessità, permetta di risalire alla persona. Ogni museo può trovare quindi la modalità che ritiene più opportuna.

Per i volontari, ad esempio, si può scegliere tra l'indicazione dell'Associazione seguita dalla scritta "volontario" o un semplice "volontario del museo", "volontario del patrimonio culturale".

“

È comunque importante che questa presenza sia resa pubblica per il messaggio che manda di un invito alla cittadinanza attiva, per promuovere quella reciprocità che per, Stefano Zamagni, è l'elemento costitutivo del volontariato che nelle "attuali condizioni storiche" ha la missione "di costituire la forza trainante per la propagazione, nelle sfere sia politica sia economica, della logica della gratuità e dell'etica del bene comune".

Il volontariato autentico – prosegue Zamagni – affermando il primato della relazione sul suo esonero, del legame intersoggettivo sul bene donato, dell'identità personale sull'utile. Per dirla con Esposito (1998) – il primato della comunità (cum-munus: donare insieme), deve poter trovare spazio di espressione ovunque, in qualunque ambito dell'agire umano”.

”

Al Museo dell'Artico e dell'Antartico di San Pietroburgo sono stata attratta da due anziane signore che lavoravano lì. Una di loro toglieva la polvere dal mantello di un lupo boreale imbalsamato, con una tenerezza inspiegabile. Ho capito che pensava che il suo scopo nella vita fosse di occuparsi di quel lupo. (Intervista a Gina Ochsner, "D-La Repubblica", 5 novembre 2011)



Si può fare un esperimento che funziona sempre: disponiamo due operatori agli estremi di un lungo tavolo in fondo a un corridoio. Davanti al più vicino all'ingresso porremo una sedia per il pubblico, ma gli chiederemo di spaparanzarsi sul sedile, assumendo un'espressione annoiata e guardando verso la finestra, come volesse volare, ma indifferente a tutto ciò che accade. All'altro non chiederemo di fare niente di speciale, soltanto di accompagnare con lo sguardo e un sorriso abbozzato chi entrerà nella sala. Nessuno dovrà dire una parola.

Se ora chiederemo ad una persona ignara della nostra messinscena di entrare nel corridoio e rivolgersi ad uno dei due operatori a sua scelta, la vedremo fare una cosa apparentemente irrazionale: ignorerà la sedia che l'aspetta e percorrerà molti più metri per fermarsi in piedi davanti a chi le ha mandato un messaggio non verbale di minima disponibilità (Angelo Ferrario).

*Noi guardiano il
pubblico e il pubblico
osserva noi...*



NON ESISTE UN VISITATORE TIPO DEL MUSEO. La risonanza che, soprattutto tramite la stampa, si dà al numero dei visitatori dei musei, con tanto di graduatorie, aumenta sicuramente la sensazione di una categoria compatta. In realtà non è così e basta anche una nostra semplice riflessione a comprenderlo.

IL VISITATORE.

Una considerazione di Hugues de Varine, museologo e direttore dell'International Council of Museums, dal 1965 al 1976, ci spinge, invece, a guardare al singolo visitatore:

Non mi interessa quanti visitatori siano entrati in un museo, ma quanti ne siano usciti trasformati.

Quello che conta, quindi, non è il numero, ma l'esperienza dei singoli. Ognuno di noi è un insieme unico di interessi generici e interessi settoriali e allo stesso tempo ognuno di noi ha un proprio stile di apprendimento e talvolta ne combina più di uno.

Ci mettiamo poi in relazione con lo spazio in un modo altrettanto personale, c'è chi per disegnare una tassonomia di stili di visita è ricorso ai comportamenti propri degli animali:

- il visitatore-pesce si muove nel museo lentamente ma in modo uniforme;
- la formica è meticolosa, guarda vetrina per vetrina, oggetto per oggetto;
- la farfalla scorre su tutto e si sofferma solo alcuni punti;
- il grillo, infine, salta da un punto all'altro.

Abituiamoci a considerare queste diversità. Il museo deve cerca-

re di intercettarle tutte. Alcuni musei preferiscono parlare, infatti, di partner anziché di visitatore proprio per sottolineare l'importanza del dialogo con la storia, la cultura e la sensibilità di chi varca la soglia del luogo.

SOCIAL NETWORK

I social network, se bene impiegati, assumono oggi un significato importante ampliando notevolmente le possibilità di interazione. Alcuni esempi. Centinaia di persone hanno partecipato nel 2011 alla campagna *Yorkshire's Favorite Painting*, con cui trentacinque musei dell'omonima contea, hanno invitato le persone a scrivere storie sulla loro opera preferita. Sulla stessa linea si muove il Museo Borgogna di Vercelli che ha partecipato a **The Amp Art and Meditation Project**.

Il Teylers Museum, uno dei più antichi musei olandesi, ha affiancato al sito istituzionale un piccolo social network, costruito con il supporto dell'applicazione Ning, più informale e aperto in modo particolare a curatori, soci e amici del museo. Su questo sito non importa se una foto non è limpida o se il filmato è amatoriale. “La regola – dice Herman Voogd del Museo Teylers – è di non spendere un sacco di tempo, ma condividere un sacco di conoscenze sul museo e le collezioni”.



Ma l'attenzione per il visitatore non deve farci dimenticare l'esistenza di un pubblico, assai più vasto del primo: è quello che non è mai entrato in un museo.

Sì, al Louvre occorre gestire anche la forte dimensione turistica e, in linea generale, si tratta di distinguere tra diversi gruppi di visitatori. Da una parte, gli amatori, gli specialisti che vengono comunque al museo (...). Vi è, poi, un pubblico molto diverso che va educato, o almeno illuminato, per sua esplicita richiesta (...) D'altra parte, il Louvre ha un pubblico potenziale, i parigini, o, come si dice oggi, i "fanciliens", gli abitanti della regione parigina, che vanno a teatro, ai concerti e alle grandi mostre ma poco al Louvre. Si tratta di suscitare la curiosità anche di questo pubblico (...). Infine, c'è il turista di base che non va disprezzato.

Tra noi diciamo spesso che in mezzo a quelle greggi stralunate che vediamo intrupparsi dietro le loro guide meccaniche, si nasconde forse anche la persona che avrà la rivelazione dell'arte e la cui vita sarà da allora in poi diversa (Michel Laclotte).

Nel 2010 il 58% degli italiani con più di 18 anni non ha visitato né un museo, né un'area archeologica, né una mostra, per un totale di oltre 28 milioni di non fruitori delle offerte culturali sia italiane, sia straniere. Si tratta di persone comprese nella fascia anziana della popolazione (individui con più di 64 anni di età) e in quella tra i 25 e i 44 anni; un fenomeno rilevato, in particolar modo, tra le donne (solo il 39,5% di queste visita una mostra o un museo) e, territorialmente, più evidente nelle regioni del Sud e in quelle del Nord Ovest. Sono questi i dati emersi da una indagine dedicata ai consumi culturali in Italia, condotta dal Centro Studi "Gianfranco Imperatori" dell'Associazione Civita, con il sostegno della Fondazione Roma Arte-Musei (Quotidiano Arte.it)

*Guardiamo al visitatore
come a un ospite*

L'OSPITE

Provate a pensare di andare in un museo e di essere accolti come un ospite. Che cosa vi attendereste?



Ospite è una parola assai densa di significato. Indica chi accoglie in casa propria una persona, ma anche la persona che viene accolta.

Mette quindi sullo stesso piano soggetti diversi.

Quando a casa nostra riceviamo un ospite lo facciamo fin sulla porta. Al museo dovremmo comportarci nello stesso modo.

Già dall'esterno il museo deve apparire invitante e non rafforzativo dello stereotipo di luogo per addetti. Pensiamo alle librerie dove



La soglia costituisce per tanti concittadini che non sono mai entrati in un museo (secondo le statistiche sei su dieci per i cittadini dai 18 anni in su) una barriera culturale ancor prima che fisica.

si può entrare e girare liberamente per sfogliare un libro, sedersi e andare via senza aver comprato alcunché. Il museo dovrebbe avere uno spazio simile di rappresentazione della sua missione e collezione. Sappiamo che, soprattutto in un paese come il nostro dove la maggioranza dei musei è in palazzi storici, non sempre è possibile. Occorre, allora, pensare come abbassare

l'effetto-soglia. A volte basta poco: uno stendardo all'ingresso, l'arretramento di un cordone di separazione e così via. "L'ingresso esterno e la biglietteria diventano pertanto spazi strategici da seguire con cura particolare (...). Nell'ottica dell'ospite diventa più conseguente, allora, avere un atteggiamento di cortesia. Si è detto che la cortesia ("attenzione e sollecitudine per i propri simili") come l'inciviltà suscita reazioni (...). A volte basta un sorriso, un saluto di buongiorno, un atteggiamento di disponibilità".

La direzione del Museo Rivoltella di Trieste ringrazia sul sito web i volontari dell'Associazione Cittàviva per aver fatto sentire i visitatori "sempre graditi e assistiti con gentilezza nel loro muoversi tra le opere d'arte" e aver aiutato il museo a individuare i problemi e a risolverli. L'Associazione Amici del Museo Bugatti Valsecchi indica tra i requisiti del socio volontario la "disponibilità e cortesia verso i visitatori del Museo per rendere il più possibile piacevole la loro visita".

Dopo aver atteso invano alla biglietteria di un museo che due addette all'ingresso finissero di parlare al cellulare mi sono avviato nella sala pensando che trattandosi di un'apertura straordinaria l'ingresso fosse libero. Un'addetta ha sospeso, ma non chiuso, la conversazione dicendomi in modo perentorio: "Dove va lei? C'è da pagare il biglietto". (Claudio Rosati 2010)

Quando entriamo in un museo dovremmo sentire che siamo ospiti attesi - e non intrusi inopportuni - e che dall'altra parte c'è un vero interlocutore - e non una "maschera" strappabiglietti - , con cui attivare una relazione (Angelo Ferrario).

Se posso sognare un museo che mi accoglie, penso a custodi che non mi sorvegliano solo come potenziale vandalo, che non sono lì per punirmi se squilla il cellulare (...).

“ Se posso sognare un museo che mi accoglie, mi immagino un personale “curioso della mia curiosità”, che sorride in cuor suo per la mia visita perché prova piacere che siano apprezzate le “sue” stanze, custodi a loro volta di preziosi indizi, di storia, pittura e scienza. (Isabella Venturi) ”



I dipendenti sono tenuti ad indossare abiti non in contrasto con l'ordine pubblico ed il buon costume e, comunque, compatibili con la dignità od il prestigio della Amministrazione. Se addetti a servizi che comportino il contatto con il pubblico, i lavoratori sono, altresì, tenuti ad indossare il cartellino che ne consenta l'identificazione, nonché a vestire la divisa ove prevista. I lavoratori devono, inoltre, astenersi dal turpiloquio o, comunque, da un linguaggio non consono al servizio da essi svolto. Nei rapporti con gli utenti sono tenuti alla massima disponibilità ed all'applicazione delle misure di semplificazione dell'attività amministrativa in modo da stabilire un rapporto di fiducia e di collaborazione (Codice etico dei dipendenti del Ministero per i Beni e le Attività Culturali)

LE ATTESE DEL VISITATORE

La discrezione non si deve tradurre in un comportamento inerte. Dobbiamo interpretare, per quanto possibile necessità e attese del visitatore per orientarlo nella soluzione. Il museo si caratterizza anche come luogo di buone maniere e il visitatore cerca un'esperienza che sia soddisfacente sotto ogni profilo.

È questa che determina il “passaparola” che è ancora una delle prime fonti di scelta nella visita di un museo; il 32% del pubblico in una recente indagine su dieci musei statali. Va in questa direzione il cartellino con la scritta “**Chiedi a me**” che è presente in alcuni musei. Al Museo Guggenheim di Venezia, ad esempio, **Ask me about the art** intende favorire un approccio informale dei visitatori nei confronti dell’istituzione museale.

“Grazie a una spilla identificativa, gli stagisti del museo sono riconoscibili all’interno delle gallerie e sono a disposizione del pubblico per chiarire eventuali dubbi o rispondere a domande relative alle opere della collezione o delle mostre temporanee”. Ma il cartellino da solo non è sufficiente a determinare una relazione significativa con il pubblico se il comportamento degli addetti non è adeguato al fine che ci si prefigge. Sorvegliare, azione necessaria e importante, dovrebbe essere declinato in un più ampio “prendersi cura” dell’ospite.

“

Le toilette sono di primaria importanza per il pubblico. Sapere dove sono dà al visitatore una immediata indipendenza. Obbligare le persone a cercare o a chiedere a un addetto non è conveniente in una istituzione concepita per servire il pubblico. Donne, bambini e anziani possono averne bisogno spesso e improvvisamente (...).

Anni fa, mentre visitavo il British Museum con mia figlia, nata da poco, i custodi mi fornivano gentilmente, galleria dopo galleria, tutta una serie di informazioni, indicandomi la postazione dove potevo allattare o cambiare la mia bambina. Mi ricordo di aver provato un senso di gratitudine, e allo stesso tempo mi sentivo anche importante come visitatore. Il British Museum aveva formato i suoi custodi in modo che fossero sempre attenti ai bisogni di ciascun visitatore (Eleni Vassilika).

”

IL COMPORTAMENTO NEL MUSEO

“Vietato toccare”. Si tratta della proibizione più diffusa e comprensibile nei musei.



Dobbiamo interrogarci se tutte le restrizioni che talvolta imponiamo al pubblico abbiano un senso e soprattutto se siano sufficientemente motivate.

Stephanie Radu ha dedicato una ricognizione ai divieti nei musei e il risultato, anche visivo, fa impressione. Non si sottovalutano le particolarità dell'ambiente e il rispetto che richiedono, ma si mettono in discussione, piuttosto, le forme di comunicazione talvolta seguite per richiederle.

Al Sir John SoanÈs Museum, a Londra, ad esempio, hanno messo sulle antiche sedie della casa, al posto del cartellino o della brutta corda che impedisce la seduta, un ironico cardo.

Al Museo Enrico Caruso a Villa Bellosguardo (Lastra a Signa) un perentorio “Chiudete la porta”, che si presentava come primo messaggio al visitatore è diventato: “Benvenuti a Casa Caruso. Siete attesi, entrate e per cortesia chiudete la porta”.

Alcuni divieti sembrano talvolta riproposti quasi per automatismo senza che esista ancora il motivo per cui erano stati messi.

Pensiamo alle fotografie. Il divieto ha un senso quando l'uso del flash può danneggiare l'opera o quando occorra proteggerla da riproduzioni non autorizzate. Condizioni che non sono dei telefoni cellulari, strumenti non professionali. **Molti musei invitano, anzi, i propri visitatori a scattare immagini e a condividerle sul sito del museo o sui social media.**

Soprattutto le persone addette al contatto con il pubblico,

Ask me about the art!

professionisti e volontari, devono conoscere quali siano i comportamenti ammessi: se una classe di ragazzi può sedersi a terra o se una mamma può allattare. A questo proposito è utile la Carta dei servizi nel fissare le norme di comportamento. Questo ne è un esempio. “I visitatori – si legge nella carta dei servizi che viene proposta ai musei del Sistema museale di Ravenna – sono tenuti a lasciare all’ingresso del Museo bagagli e a depositare negli appositi armadietti borse voluminose e zaini. Nel Museo è inoltre vietato: introdurre animali, ad eccezione di quelli utili per accompagnare le persone disabili, e qualunque oggetto che per le sue caratteristiche possa rappresentare un rischio per la sicurezza delle persone, dell’edificio, delle strutture; effettuare riprese fotografiche e audiovisive non autorizzate o in deroga con le norme esposte alla biglietteria; fumare in tutti i locali del Museo; usare il cellulare all’interno degli spazi espositivi; consumare cibi e bevande negli spazi espositivi”.

A proposito di cani è bene aver presente che una legge della Regione Toscana (Legge 20 ottobre 2009, n.59) stabilisce che i cani “accompagnati dal proprietario o detentore, hanno accesso a tutti gli esercizi pubblici e commerciali nonché ai locali ed uffici aperti al pubblico presenti sul territorio regionale”. Libero accesso, quindi, anche ai musei a meno che non si stabilisca il contrario, ma in questo caso il responsabile deve darne comunicazione al sindaco.

Ieri ero alla mostra di Matisse a Brescia, con mio figlio di dieci mesi, che ad un certo punto ho dovuto allattare. Mi sono accomodata e l’ho attaccato al seno, quando uno degli operatori mi ha invitato ad allontanarmi spiegandomi che è assolutamente vietato all’interno della mostra, secondo il regolamento (...).

A seguito di quanto accaduto domenica 8 maggio al Museo

di Santa Giulia in occasione della mostra dedicata a Matisse, si fa presente che il Consorzio nazionale servizi che le aziende affidatarie si dissociano dal comportamento assunto dall'operatore. Le aziende si impegnano inoltre a prendere i dovuti provvedimenti sanzionatori nei confronti dell'operatore responsabile di tale esecrabile comportamento" (Fondazione Brescia Musei).

Fa piacere sapere che dopo l'invito ad allontanarsi rivolto da un addetto al museo alla mamma che allattava il suo bambino, sono arrivate le scuse della Fondazione Brescia Musei. Allattare al seno è un gesto naturale che deve trovare spazio e legittimità nella società contemporanea (...) Sorprende che proprio nei musei, dove sono conservate opere come le "madonne del latte", così tipiche della nostra tradizione iconografica, si ritenga che il gesto di allattare sia fuori luogo o addirittura sconveniente" (Eugenia Roccella, sottosegretario alla Salute, 10 maggio 2011)

Le norme di comportamento per il pubblico devono essere: semplici da intendere, chiare nelle motivazioni, esposte con evidenza all'ingresso del museo, fatte rispettare con fermezza e cortesia da parte del personale addetto (Daniele Jalla)

LA COMUNICAZIONE INTERNA

Il comportamento di ognuno di noi dipende anche dal clima complessivo che si respira nel museo, dal rapporto con gli altri operatori, da come sentiamo di essere percepiti dai responsabili dei servizi, dalla gratificazione che riceviamo da quello che facciamo. Per questo motivo è importante il ruolo della direzione del museo che deve promuovere tramite la comunicazione interna un buon clima di lavoro.



Se prima non si comunica bene all'interno sarà difficile farlo all'esterno.

Comunicare all'interno non significa solamente far circolare le informazioni necessarie a svolgere efficacemente il servizio e il lavoro quotidiano, ma vuol dire anche considerare la comunicazione come uno strumento organizzativo che valorizza le risorse di ognuno, che rende trasparente e chiara la missione, che promuove il senso di appartenenza al museo. Nell'integrazione di professionisti e volontari la comunicazione interna svolge un ruolo decisivo. In uno degli incontri di formazione un professionista si chiedeva la ragione del cattivo rapporto o comunque dell'alone tra l'indifferenza e il sospetto che talvolta si forma intorno ai volontari. Il suo interrogativo era sincero, perché percepiva bene il dato, ma non ne intravedeva la causa. Il caso ribadisce la necessità della comunicazione non come una prerogativa del vertice del museo, ma piuttosto come capacità diffusa all'interno dell'Istituzione.

LA MEDIAZIONE UMANA

Il touch screen non ci sorride. La componente umana resta la più importante nella mediazione tra le collezioni e il pubblico. Recenti indagini confermano l'apprezzamento del pubblico nell'interazione, quando questa è positiva, con il personale del museo. Cala la soddisfazione per la formula della visita guidata, ma aumenta la richiesta di incontri con gli esperti del museo. Il dato non è contraddittorio e può essere letto come un indice del desiderio di una relazione, meno formalizzata di

*Non si può
non comunicare*

quanto lo sia la visita guidata, con i professionisti del patrimonio culturale. Sempre da un'indagine svolta sulla comunicazione in dieci grandi musei statali risulta, pur con variazioni da museo a museo, che la propensione a rivolgersi al personale di sala è spiccata soprattutto tra i giovani (meno di 19 anni e 19-24), nella fascia di età tra i 55 e i 60 anni, tra i visitatori con titolo di studio elementare e coloro che provengono da paesi europei ed extra europei. La presentazione di un'opera, la semplice risposta a un quesito costituiscono elementi di soddisfazione nella visita. La consapevolezza di questa condizione ci aiuta nell'impostare la nostra relazione con il pubblico.

Il volontario dovrebbe essere in grado di dare un'informazione di primo livello con i contenuti che sono stati acquisiti nell'incontro con i professionisti, ma esposti secondo lo stile personale. "Parlare come un libro stampato", non è efficace.

“ A Prato, alla Galleria degli Alberti, c'è un'opera come la "Crocifissione" di Giovanni Bellini che da sola merita una visita alla città. Lo sa il cultore di Sondrio, ma non, forse, la signora Rossi che da una vita abita in piazza Mercatale. Quello del rapporto tra musei e popolazione è un nodo cruciale non solo per la valorizzazione, ma per la stessa conservazione del patrimonio culturale (...). Il primo riconoscimento del valore del bene deve venire dalle persone che ne sono le eredi più dirette (...). Un aiuto decisivo può venire dagli Amici dei Musei già attivi in un'opera di sostegno spesso poco appariscente quanto tenace. Gli Amici possono diventare i garanti verso gli altri concittadini della missione universale del museo e della sua accessibilità culturale. "L'amico", cittadino comune, appassionato, ma non necessariamente esperto, può comunicare efficacemente alla

signora Rossi di piazza Mercatale che superare la soglia del museo non è poi così difficile come, invece, può apparire (...). L'amico non può certo, né deve, sostituirsi all'esperto, ma può fare da ponte, con la sua passione competente, tra gli altri cittadini e il museo. Potrà dare poi all'esperto indicazioni utili a comprendere meglio punti critici nell'accesso al museo come le attese che ha il cittadino. Potrà dire, ad esempio, che per la signora Rossi una visita guidata di un'ora è troppo lunga. (Claudio Rosati 2007) ”

LA CHIAREZZA

L'efficacia della comunicazione verbale dipende non solo dai contenuti, ma anche dal modo in cui vengono espressi. Come “si dice” è importante quanto “ciò che si dice”. Si consiglia, a questo proposito, di parlare con lentezza naturale, svolgere il discorso per periodi brevi e usare le pause, guardare in faccia le persone alle quali ci rivolgiamo. La chiarezza è un altro requisito fondamentale. Chi conosce molte parole ne usa poche: il significato dei termini. Se in un museo di storia naturale si parla di “ambiente insulare” non si può tradurre in “isola”, ritenendolo un termine più comprensibile, perché nel linguaggio scientifico un ambiente insulare ha le caratteristiche di isolamento proprie di un'isola senza essere circondato necessariamente dall'acqua. In questo caso, come si vede, semplificare non significa ridurre. I contenuti non possono pertanto che essere quelli attestati dal museo, mentre nell'esposizione è bene seguire il proprio stile. In alcuni musei i volontari promuovono visite in dialetto per collocare la collezione nel contesto espressivo a cui fa riferimento, ma anche per parlare in modo più immediato a un pubblico che più di altri si riconosce in questo sistema linguistico.

Pensiamo al pipistrello. Questo piccolo mammifero ha, come è noto, una vista limitatissima, ma si muove nell'aria in modo estremamente efficace perché, volando, emette degli ultrasuoni che colpiscono gli oggetti circostanti e ritornano indietro portando un messaggio, in base al quale l'animale ottimizzerà il suo comportamento: "Sono una zanzara: mangiami!", "Sono uno spigolo: scansami!". Questi sono feedback, cioè messaggi di ritorno che ci dicono qualcosa del ricevente e ci aiutano ad aggiustare la nostra azione.

È un feedback se mi dicono "Non mi è chiaro", ma anche se sul volto del mio interlocutore si dipinge un'espressione interrogativa o perplessa: cambiano solo canale e codice, ma il messaggio è lo stesso: non ci stiamo capendo, prova ancora. Possiamo parlare di "comunicazione" solo se lo scambio ha questa natura circolare/interattiva (Angelo Ferrario)

L'ASCOLTO

Per comunicare occorre ascoltare. Non si comunica se non si ascolta. Il museo è di per sé un creatore potente di messaggi. Li manda in ogni modo, dall'esterno dell'edificio all'interno con l'esposizione, il personale e i servizi. Quali sono le reazioni del pubblico a questi messaggi?

Conoscendo queste reazioni il museo può valutarle e sintonizzarsi con queste, aggiustando, se crede, il suo messaggio. Per ascoltare il pubblico il museo ha tanti strumenti e solo dall'uso integrato di tutti può ricavare un quadro abbastanza delineato del suo pubblico: dai commenti scritti sull'album a disposizione dei visitatori alla scheda per la rilevazione della soddisfazione dei visitatori (molti musei hanno adottato in Toscana quella elaborata dalla Regione), dalle interviste alle indagini a campione.

L'osservazione resta in ogni caso una risorsa insostituibile. In alcuni musei inglesi i volontari sono impegnati a osservare le reazioni del pubblico di fronte a un nuovo allestimento, ma lo sguardo attento, l'ascolto consapevole, è utile in ogni momento della vita del museo. Solo grazie all'ascolto un piccolo museo ha capito che, nonostante le ridotte dimensioni del percorso espositivo, alcuni visitatori avevano comunque bisogno di una sedia per riposarsi.

I curatori del Museo di Arte Moderna (Moma) trascorrono una mattina al mese al desk delle informazioni per cogliere gli umori e gli interessi del pubblico; altrimenti i responsabili della programmazione culturale rischiano di avere dei visitatori una visione impressionistica. L'osservazione resta un campo di attività su cui volontario e professionista possono convergere. Il criterio da seguire è quello dell'utilità. Dobbiamo osservare aspetti in grado di dare indicazioni utili per correzioni, adeguamenti o futuri allestimenti. Altre cose possono essere interessanti, a fini statistici, ad esempio, ma se non sono spendibili successivamente nella progettazione potrebbero servire a poco e ingolfare la stessa osservazione.

La prima variabile da rilevare può essere pertanto quella del tempo impiegato per visitare il museo. La misura del tempo può essere letta infatti come un indice di attrazione del percorso. Il dato potrà poi essere comparato con quello che emerge dai questionari somministrati ai visitatori.

All'interno della visita possiamo rilevare i punti di sosta privilegiati nel percorso espositivo e quelli che vengono trascurati.

Attenzione dovrà essere data alla lettura di pannelli e didascalie

Vietato non toccare

con l'individuazione di un possibile grado di lettura. Raffinando l'osservazione si può prendere in considerazione il comportamento delle famiglie e in modo particolare se c'è un'interazione con i più piccoli (il genitore che spiega) o solo una vigilanza.

Naturalmente è poi utile prevedere un campo libero in cui annotare quello che ognuno riterrà più rilevante come le domande dei visitatori, utili a delineare una mappa dei bisogni a partire, ad esempio, dall'efficacia della segnaletica interna.

Un breve periodo di prova servirà a mettere meglio a fuoco il campo dell'osservazione. È di obbligo poi la massima cautela nell'interpretazione che deve essere sostenuta, possibilmente, con i risultati di altre indagini. La durata dello sguardo di un'opera può significare, infatti, come annota Nathalie Heinich, "sia una competenza specialista sia, al contrario, una buona volontà culturale fondata sulla mancanza di riferimenti pertinenti".

A distanza di dieci anni dall'indagine sulla comunicazione nei musei statali (L.Solima, "Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani, Ludovico Solima ha svolto nel 2010 un'analoga ricognizione per rilevare i mutamenti intervenuti. Ne ha dato un'anticipazione nel Primo colloquio sulla valorizzazione promosso dal Ministero per i beni e le attività culturali il 26 ottobre 2011. Si riportano i dati trascritti dall'intervento di Solima.

- La presenza dei giovani si dimezza
- Raddoppia quella degli anziani.
- Precipitano le presenze degli stranieri.
- Aumentano gli italiani.
- Tra gli italiani diminuiscono quelli con il titolo di studio medio

basso e aumentano i laureati.

- Diminuisce nella scelta di visita del museo l'importanza di libri e guide.
- Decresce il peso del passaparola.
- Esplode l'uso di internet.
- Cresce la richiesta di testi scritti, filmati, postazioni multimediali, incontri con il personale del museo.
- Aumenta la domanda di conoscere meglio il contesto storico in cui si collocano le opere.
- Cala la soddisfazione per pieghevoli e depliant e aumenta quella per le didascalie.
- L'indagine di Civita ha permesso di tracciare sia il profilo degli attuali utenti dei luoghi di cultura (italiani e stranieri) sia quello dei cosiddetti "non fruitori".

I primi sono stati distinti in quattro gruppi rappresentativi:

- "mobili", coloro che hanno fino a 45 anni di età e che visitano un luogo di cultura di solito in un'altra città o in un altro Paese, approfittando dell'occasione offerta da un viaggio;
- "sedentari", quelli in prevalenza più anziani, che visitano generalmente i musei della loro città, con preferenze per quelli di arte contemporanea;
- "onnivori", coloro che hanno fino a 45 anni di età e che vedono sia i musei d'arte (dall'antico al contemporaneo) che quelli archeologici, sia della loro che di altre città, ma, in genere, non sono estero-fili;
- "compulsivi", il gruppo dei grandi consumatori di gadget e

pubblicazioni, che appartengono alla classe di età centrale ed effettuano più di una visita all'anno.

→ I “non fruitori”, invece, sono stati raggruppati in quattro classi tipologicamente omogenee:

→ “distratti”, ovvero i più giovani che, distratti da altri interessi e con poco tempo a disposizione, dichiarano di annoiarsi visitando una mostra o un museo e di essere poco informati sugli eventi per la carenza di materiale informativo sui siti web che frequentano;

→ “insoddisfatti”, ovvero i più anziani che vorrebbero servizi maggiori;

→ “tecnologici”, quelli compresi nella fascia di età 25-44, molto vicini alle caratteristiche del gruppo dei giovani, che sottolineano la necessità di una comunicazione più incisiva e maggiori informazioni;

→ “ventre molle”, coloro che rientrano nella fascia 44-65 richiedenti maggiori servizi di accoglienza.

→ I livelli di istruzione e di reddito e la distribuzione territoriale delle offerte culturali solo in parte spiegano la mancata espressione di una domanda di cultura da parte di una quota così elevata di popolazione italiana adulta. La tipologia dei “non fruitori”, infatti, costituisce un segmento importante: un potenziale di domanda non utilizzato che potrebbe sostenere in modo non marginale lo sviluppo del settore (Quotidiano Arte.it)



LA RISPOSTA

In una dispensa dedicata alla comunicazione nel museo può sembrare superfluo parlare della “risposta” che costituisce una componente di ogni relazione. L'esperienza ci dice, invece, come spesso non si risponda alle richieste a prescindere

dall'esito che queste possono avere. L'impossibilità di accogliere una richiesta non significa automaticamente che a questa non si debba rispondere. Le insidie maggiori vengono dalla rete che ci consente di aprire con immediatezza canali di comunicazione che poi non vengono curati in modo altrettanto adeguato. Il Ministero per i beni e le attività culturali ha istituito, ad esempio, il servizio di posta elettronica **e.mouseion** con cui è possibile chiedere "particolari notizie riguardo l'accesso e la fruibilità degli spazi espositivi, sporgere direttamente un reclamo o suggerire soluzioni riguardo l'allestimento".

Servizi come questo sono efficaci solo se si fornisce sempre e comunque una risposta altrimenti sono più dannosi della mancanza stessa dello sportello virtuale che si vuole aprire al pubblico. Da un'indagine svolta dal ricercatore Giovanni Arata risulta che il 62,19% di coloro che tramite Facebook hanno posto una domanda a uno dei 1250 enti locali territoriali, che hanno questo account, non hanno ricevuto una risposta. I social network non sono emblemi in grado di qualificare di per sé il sito di un museo; servono solo se utilizzati correttamente, a partire, dal linguaggio meno formale, ma non per questo forzatamente spigliato, e dalla celerità dell'interazione.

“Ciao a tutti! Questa pagina nasce come esperimento, per parlare al pubblico in modalità easy (...). Consideriamo l'utente un interlocutore al nostro stesso livello: se domanda, gli rispondiamo. Se interviene ha una ragione per farlo. Se critica, è perché ritiene che le cose potrebbero essere migliorate – e quindi ci dà fiducia. Quando si parla di scienza, ogni risposta viene verificata. Siamo un museo con una lunga tradizione di ricerca scientifica: abbiamo quindi i mezzi per attingere a fonti attendibili. Le informazioni che troverete sulla nostra pagina, quando rispondono ai quesiti da voi posti, non sono mai improvvisate. Ci siamo sempre. Fisicamente, come museo costruzione, quasi tutti i giorni dell'anno, perché nella nostra mission rientra anche il contatto con il pubblico: quando gli altri chiudono, noi siamo aperti per accogliervi e invitarvi a un “divertimento intelligente”, con proposte per ogni età. Ci pare che trascorrere una domenica al museo sia più fruttuoso e più piacevole che passarla in un centro commerciale. Ma siamo democratici, e sappiamo che è una questione di gusto e di abitudini. Su Facebook invece ci siamo sempre, Natale Pasqua domenica Ferragosto Ognissanti compresi (...). Ogni parere ci è prezioso. Il vostro feedback ci aiuta a comprendere se riusciamo a trasmettervi nella maniera giusta i nostri valori di fondo: integrità, mente aperta, fiducia nel futuro, divertimento. (Pagina Facebook del Museo Tridentino di Scienze Naturali).”

Benvenuti

LA SICUREZZA DEI BENI LA SICUREZZA DELLE PERSONE

Questa terza ed ultima scheda dedicata al tema della sicurezza delle persone, alla sicurezza dei luoghi e dei beni in cui i volontari operano



Con le importanti riforme degli anni '90 che hanno dato luogo alla riforma del Titolo V della Costituzione si è attuata una ripartizione di compiti fra lo Stato, le Regioni e gli altri enti periferici nell'ottica di un decentramento di funzioni;

In seguito a queste anche la legislazione afferente ai beni Culturali ha subito innovazioni importanti che poi nel corso del 2004 ha consentito l'emanazione del Codice dei Beni Culturali. Il codice prevede la suddivisione fra la Tutela e la Valorizzazione: la prima di competenza statale, la seconda di competenza anche delle Regioni.

Per preparare le strutture museali alle previsioni di legge fu emanato l'Atto di indirizzo sui criteri tecnico – scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei (art. 150, comma 6, D.L. n. 112/1998), suddiviso in vari ambiti.

L'ambito V esamina la materia della sicurezza delle strutture museali analizzando nello specifico i vari aspetti: sicurezza antincrimine, i sistemi di protezione attiva e passiva, sicurezza antincendio, ecc..

Le aree archeologiche presentano altresì particolarità che riuniscono i due settori della sicurezza sui luoghi di lavoro e della sicurezza nei cantieri che spesso necessitano di misure organizzative specifiche.

Ebbene, la materia della sicurezza nei Musei e nelle Biblioteche ed archivi ospitati in edifici tutelati era stata oggetto di specifiche norme già nei primi anni '90: in 2 regolamenti: il D.M. 569 del 20/5/92 e il D.P.R. 418 del 30/6/95.



D.M. 569 del 20/5/92, Regolamento contenente norme di sicurezza antincendio per gli edifici storici e artistici destinati a musei, gallerie, esposizioni e mostre;

D.P.R. 418 del 30/6/95, Regolamento contenente norme di sicurezza antincendio per gli edifici storici e artistici destinati a biblioteche e archivi.

Le norme contenute nei due regolamenti disciplinano le misure tecniche necessarie per il rilascio del certificato di prevenzione incendi in relazione agli edifici pubblici e privati, di interesse artistico e storico destinati a contenere, musei, gallerie, biblioteche, archivi, collezioni, oggetti di interesse culturale prevedendo adeguamenti strutturali e provvedimenti gestionali. Fra queste ultime viene definito **il ruolo del direttore e del responsabile tecnico oltre alla gestione dell'emergenza, nonch[le condizioni microclimatiche che devono essere assicurate nei musei per la conservazione dei beni**. Nei musei devono essere assicurate le condizioni microclimatiche ottimali per la conservazione dei beni.

IL SERVIZIO DEL VOLONTARIATO NELLA STRUTTURA

Lineamenti della legislazione sulla sicurezza nei luoghi di lavoro D.Lgs. 81/2008

Relazione sintetica dei principi comuni riportati nel Titolo I del Decreto con riferimento alle prestazioni di volontariato in seguito

alle modifiche introdotte dal D.Lgs 106/2009.



Il decreto è entrato in vigore il 15 maggio 2008 e sostituisce completamente il D. Lgs. 626/94, il D.Lgs. 494/96 e altri provvedimenti emanati a partire dagli anni 50' in materia di tutela della sicurezza e salute nei luoghi di lavoro. Il testo è soggetto ad aggiornamenti, importante quello apportato dal D.Lgs 106/2009.

Rispetto ai decreti prevenzionali degli anni '50 la nuova legislazione affronta direttamente il concetto della valutazione di tutti i rischi presenti sul luogo di lavoro con un approccio improntato alla valutazione complessiva ed alla flessibilità e dinamicità degli strumenti di valutazione; viene inoltre introdotto il principio di responsabilità unica del Datore di lavoro e/o del Committente.

Con il decreto del 2008 vengono aggiornate riunite in un solo testo tutte le norme previgenti con l'introduzione di novità importanti come quelle introdotte dall'art. 26 (obblighi connessi ai contratti d'appalto) che introduce il concetto di rischio causato dalle interferenze ma soprattutto viene precisato che la norma deve essere applicata a tutti i settori di attività, privati e pubblici, e a tutte le tipologie di rischio.

Il decreto individua dettagliatamente tutte le figure presenti nei luoghi di lavoro: datore di lavoro, RSPP, preposto, Medico competente, lavoratore, RLS.

Con le modifiche introdotte nel 2009 anche il volontariato rientra a pieno titolo nell'applicazione del decreto, infatti l'art. 3 comma 12 bis –stabilisce che :

nei confronti dei VOLONTARI di cui alla legge 1° agosto 1991, n. 266, e dei volontari che effettuano servizio civile si applicano le disposizioni relative ai lavoratori autonomi di cui all'articolo 21; ed inoltre,

ove il volontario svolga la propria prestazione nell'ambito dell'organizzazione di un datore di lavoro, questi è tenuto a fornire al volontario dettagliate informazioni sui rischi specifici esistenti negli ambienti in cui è chiamato ad operare e sulle misure di prevenzione e di emergenza adottate in relazione alla propria attività. Il datore di lavoro è altresì tenuto ad adottare le misure utili ad eliminare o, ove ciò non sia possibile, ridurre al minimo i rischi da interferenze tra la prestazione del volontario e altre attività che si svolgano nell'ambito della medesima organizzazione .

Il datore di lavoro deve pertanto assicurare tutte le misure di tutela previste dal decreto, cioè:

- la valutazione di tutti i rischi per la salute e sicurezza (che dovrà essere continuamente aggiornata in base alle modifiche intervenute nel processo produttivo e-o nell'organizzazione)
- la programmazione della prevenzione [...];
- l'eliminazione dei rischi e, ove ciò non sia possibile, la loro riduzione al minimo in relazione alle conoscenze acquisite in base al progresso tecnico;
- il rispetto dei principi ergonomici nell'organizzazione del lavoro, nella concezione dei posti di lavoro, nella scelta delle attrezzature e nella definizione dei metodi di lavoro e produzione, in particolare al fine di ridurre gli effetti sulla

salute del lavoro monotono e di quello ripetitivo;

- la riduzione dei rischi alla fonte;
- la sostituzione di ciò che è pericoloso con ciò che non lo è, o è meno pericoloso;
- la limitazione al minimo del numero dei lavoratori che sono, o che possono essere, esposti al rischio;
- l'utilizzo limitato degli agenti chimici, fisici e biologici sui luoghi di lavoro;
- la priorità delle misure di PROTEZIONE COLLETTIVA rispetto alle misure di protezione individuale;
- il controllo sanitario dei lavoratori;
- l'allontanamento del lavoratore dall'esposizione al rischio [...];
- l'informazione e formazione adeguate per i lavoratori;
- l'informazione e formazione adeguate per dirigenti e i preposti;
- l'informazione e formazione adeguate per i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;
- l'istruzioni adeguate ai lavoratori;
- la partecipazione e consultazione dei lavoratori;
- la partecipazione e consultazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza;
- la programmazione delle misure ritenute opportune per garantire il miglioramento dei luoghi di lavoro
- le misure di emergenza da attuare in caso di primo soccorso, di lotta antincendio, di evacuazione dei lavoratori e di pericolo grave e immediato;
- l'uso di segnali di avvertimento e di sicurezza;
- la regolare manutenzione di ambienti, attrezzature, impianti, con particolare riguardo ai dispositivi

Il datore di lavoro, affiancato dal RSPP, è soggetto ai seguenti obblighi: applicare le misure generali di tutela, valutare tutti i rischi presenti sul luogo di lavoro, valutare i rischi da interferenza, nominare il RSPP ed il Medico competente, nominare e formare la squadra di emergenza e primo soccorso, effettuare di concerto con il medico la sorveglianza sanitaria, adottare le misure d'emergenza, consultare il RLS ecc. (NB per tutti gli obblighi si rimanda alla lettura completa dell'art 18)

Il datore di lavoro non può delegare ad altri la valutazione di tutti i rischi con la conseguente elaborazione del documento previsto dall'articolo 28 (DVR) e la designazione del responsabile del servizio di prevenzione e protezione dai rischi.



Nel caso dei volontari valgono le disposizioni previste dagli artt. 21 e 26:

Art. 21 - Disposizioni relative [...] ai lavoratori autonomi (vale anche per il VOLONTARIATO cfr art 3 comma 12 bis);

1. I [...] i lavoratori autonomi [...] che compiono opere o servizi devono:
 - a) utilizzare attrezzature di lavoro in conformità alle disposizioni di cui al titolo III;
 - b) munirsi di dispositivi di protezione individuale ed utilizzarli conformemente alle disposizioni di cui al titolo III;
 - c) munirsi di apposita tessera di riconoscimento corredata di fotografia, contenente le proprie generalità, qualora effettuino la loro prestazione in un luogo di lavoro nel quale si svolgano attività in regime di appalto o subappalto.
2. I soggetti di cui al comma 1, relativamente ai rischi propri delle

attività svolte e con oneri a proprio carico hanno facoltà di:

a) beneficiare della sorveglianza sanitaria secondo le previsioni di cui all'articolo 41;

b) partecipare a corsi di formazione specifici in materia di salute e sicurezza sul lavoro, incentrati sui rischi propri delle attività svolte, secondo le previsioni di cui all'articolo 37.

Art. 26 - Obblighi connessi ai contratti d'appalto o d'opera o di somministrazione (per il VOLONTARIATO cfr art 3 c. 12 bis)

1. Il datore di lavoro committente quindi:

a) verifica l'idoneità dei lavoratori

b) fornisce informazioni sui rischi esistenti nel luogo di lavoro (quindi informa sui rischi propri della struttura e sulle procedure di emergenza ed evacuazione DVR + Piano d'emergenza)

2. inoltre tutti i datori di lavoro coinvolti

a) cooperano all'attuazione delle misure di prevenzione

b) coordinano gli interventi di prevenzione e protezione dai rischi cui sono esposti i lavoratori

Il datore di lavoro committente

promuove la cooperazione ed il coordinamento di cui al comma elaborando un unico documento di valutazione dei rischi che indichi le misure adottate per eliminare o, ove ciò non è possibile, ridurre al minimo i rischi da interferenze (DUVRI).

Fra gli altri compiti il Datore di lavoro deve pianificare il sistema di gestione dell'emergenza

– organizza i necessari rapporti con i servizi pubblici competenti in materia di primo soccorso, salvataggio, lotta antincendio e gestione dell'emergenza;

– designa preventivamente i lavoratori di cui all'articolo 18, comma 1, lettera b) ADDETTI ALL'EMERGENZA;

– informa tutti i lavoratori che possono essere esposti a un pericolo

grave e immediato circa le misure predisposte e i comportamenti da adottare;

- programma gli interventi, prende i provvedimenti e dà istruzioni affinché i lavoratori, in caso di pericolo grave e immediato che non può essere evitato, possano cessare la loro attività, o mettersi al sicuro, abbandonando immediatamente il luogo di lavoro;
- adotta i provvedimenti necessari affinché qualsiasi lavoratore, in caso di pericolo grave ed immediato per la propria sicurezza o per quella di altre persone e nell'impossibilità di contattare il competente superiore gerarchico, possa prendere le misure adeguate per evitare le conseguenze di tale pericolo, tenendo conto delle sue conoscenze e dei mezzi tecnici disponibili;
- garantisce la presenza di mezzi di estinzione idonei alla classe di incendio ed al livello di rischio presenti sul luogo di lavoro, tenendo anche conto delle particolari condizioni in cui possono essere usati. L'obbligo si applica anche agli impianti di estinzione fissi, manuali o automatici, individuati in relazione alla valutazione dei rischi.

Altra funzione importante è quella assegnata al rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS) eletto dai lavoratori che è obbligatoriamente informato su tutto il processo e su tutti gli atti adottati dal Datore di lavoro (NB per le attribuzioni complete si rimanda alla lettura dell'art 50).

Il D.Lgs. 81/2008 e ss.mm.ii. nel complesso è articolato in XIII Titoli e 51 allegati.

LU.BE.C. 18 OTTOBRE 2012



La Magna Charta del Volontario
per i Beni Culturali