

# ARCHIVIO REGIONALE DELLE BANDE MUSICALI

- **PIANIFICAZIONE DELLA RICERCA**
  - A. Individuazione del campo della ricerca e collaborazione con istituzioni locali
  - B. Individuazione degli studiosi e dei compiti
  - C. Studio del materiale raccolto
- **PUBBLICIZZAZIONE**
  - A. Individuazione dei metodi di divulgazione informativa
  - B. Preparazione dei metodi pubblicitari
  - C. Organizzazione eventi informativi
- **ORGANIZZAZIONE DELL'ARCHIVIO**
  - A. Organizzazione degli spazi da allestire
  - B. Catalogazione del materiale
  - C. Organizzazione delle conferenze programmatiche
- **CONTINUITÀ DELL'ATTIVITÀ**
  - A. Creazione di un portale interattivo
  - B. Organizzazione di eventi inerenti la banda
  - C. Aggiornamento dell'archivio attraverso il reperimento di nuovo materiale
- **INDIVIDUAZIONE DELLE RISORSE ECONOMICHE**
  - A. Individuazione dei fondi provinciali e regionali
  - B. Individuazioni di fondi nazionali ed europei
  - C. Partecipazioni di sostentamento privato

## CONCLUSIONE:

Creazione di una struttura non solo statica ma radicata nell' intero territorio regionale

## Procedimento operativo per la realizzazione

### PIANIFICAZIONE DELLA RICERCA E PUBBLICIZZAZIONE

La complessità della ricerca sulle bande in Puglia è strettamente correlata a problemi di natura geografica, sociale ed economica.

La Puglia è una penisola lunga più di 400 chilometri con una struttura economica, sociale e culturale ben distinta e individualizzabile in tre distinte zone geografiche: la Daunia, l'area centrale (costituita grossolanamente dall'attuale Provincia di Bari) e la Penisola Salentina (costituita dalle Province di Brindisi, Taranto e Lecce). La distanza tra le località interessate nella ricerca è ampia ed in termini di tempo e denaro costosa: sarebbe preferibile individuare una serie di collaboratori locali che possano costantemente ricercare e collaborare al reperimento del materiale.

Il reperimento del materiale potrà essere fatta attraverso l'individualizzazione del materiale attraverso canali istituzionali: biblioteche, archivi, comuni, ecc e soprattutto attraverso l'individuazione di persone in possesso del materiale a cui siamo interessati (siano essi bandisti, ricercatori o semplici appassionati).

Il periodo di lavoro, invece, è vincolato dall'attività da giro che contraddistingue l'attività delle bande musicali: è ben difficile operare durante il periodo estivo, data la rilevanza degli impegni che questo periodo richiede in questo determinato periodo. L'attività di molte bande da giro è intensa durante i mesi che vanno da giugno a settembre.

Data la precedente attività di ricerca è opportuno pubblicizzare e rendere noto, a tutti coloro che ruotano intorno al mondo delle bande da giro, la costituzione dell'archivio per meglio pianificare e facilitare il reperimento del materiale da utilizzare per lo studio e l'allestimento. I mezzi utili a tal fine saranno i quotidiani locali, le radio, le televisioni e tutte le manifestazioni collaterali (conferenze, concerti, mostre)

### ORGANIZZAZIONE DELL'ARCHIVIO E CONTINUITÀ DELL'ATTIVITÀ

La conservazione intesa nella sua accezione più elementare come tutela e salvaguardia di un bene materiale o immateriale è sempre stato interesse dell'uomo, che nel corso dei secoli, benché in forme diverse secondo il valore attribuito al bene conservato, ha cercato nel modo più efficace possibile di arginare l'ineluttabile decadenza di ogni cosa.

Se ripensiamo le ragioni sottese ai numerosi inventari, testamenti, donazioni, lasciti, in generale alle collezioni, non potremmo non rilevare come alla base di ogni raccolta vi sia il piacere del possesso inteso come << ...il rapporto più profondo che si può avere con le cose >> (Arendt H.) e che occorre ripercorrere le tappe principali della storia del collezionismo e l'evoluzione del concetto di restauro, per comprendere quanto sia stato lungo e faticoso il percorso che ci ha portati nel presente all'idea complessa e sofisticata di *conservazione*.

#### **La Conservazione come strumento educativo: il museo oggi**

Siamo in un'epoca tecnologicamente avanzata in cui un'operazione molto antica come la conservazione continua a svolgere un ruolo estremamente importante e direi addirittura indispensabile, proporzionalmente al rapido disperdersi del senso del proprio ruolo nella storia, cosicché emerge sempre più la necessità di conservare tutto ciò che sostanzia l'identità culturale di un popolo e che ne costituisce la tradizione o espressione.

La Conservazione non consiste semplicemente nell'imbalsamare oggetti per preservarli dall'azione del tempo, ma è qualcosa di più elaborato, faticoso e comunque particolarmente affascinante. Non

a caso oggi, si attribuisce alla conservazione nella sua complessità un preciso ruolo educativo che ha modo di compiersi in un ambiente ben definito ma estremamente elastico quale il museo. Conservare, dunque, presuppone innanzitutto il riconoscimento del valore culturale di un bene, significa studiare la sua realtà e inserirlo in un contesto che gli garantisca contemporaneamente una "lunga vita" e uno stretto rapporto con le sue origini. Successivamente create simili condizioni, implica il disporre di sistemi di comunicazione che consentano al pubblico di entrare in contatto con queste realtà musealizzate per coglierne un impulso di crescita. Solo così l'obiettivo educativo sarà raggiunto e l'operazione di conservazione sarà giunta a compimento con pieno successo.

È chiaro che il luogo giusto dove potrà realizzarsi un compito così arduo è la realtà museale dove convergono e interagiscono diverse figure professionali quali il curatore, il conservatore, il ricercatore, l'antropologo, l'educatore, l'architetto, il sociologo e l'esperto in comunicazione multimediale. Lavorare per il raggiungimento di un obiettivo comune è fondamentale ma non sufficiente, occorrono anche premesse comuni: un'idea condivisa di identità museale.

Ogni museo dovrebbe differenziarsi come entità individuale, essere capace di una propria specificità e di un proprio punto di vista per non correre il rischio di assimilarsi a una cultura globalizzata, esportabile ovunque nel mondo. Un museo non può nascere dovunque, un museo deve mettere in evidenza le proprie radici territoriali per offrire un "patrimonio culturale" e non una cultura fatta di beni. Il patrimonio culturale infatti, poiché composto da una frazione materiale (oggetti) e da una immateriale (significati simbolici) non può prescindere da un rapporto con un'entità esterna: individuo, comunità, nazione, istituzione.

Il museo allora, dovrebbe integrarsi da un lato nella comunità dei musei per condividere valori comuni, dall'altro nella società per condividere una storia, un territorio. È quest'ultima che offre al pubblico un'interpretazione autonoma dei contenuti di un dato museo, quindi un parere diverso, un punto di vista alternativo e sicuramente un'opportunità di crescita.

Il museo oggi, non è più un raccoglitore, deve essere promotore di cultura nuova che stupisca, incuriosisca, meravigli e dunque interessi, diventare, in un percorso che non può dirsi mai finito, luogo dove l'uomo può essere accompagnato a incontrare e ritrovare energie costruttive per sé e per gli altri.

In tal senso, è facilmente comprensibile quanto sia indispensabile la ricerca, non solo per rendere sempre attivo e stimolante la fruizione di un museo, ma soprattutto perché ne sia finalizzato il contenuto ed è per questo motivo che si dovrebbe pensare al contributo scientifico non come a una funzione sporadica o occasionale, ma come a una costante fissa. Deve essere il personale interno alla realtà del museo a produrre nuovi *significati* culturali per non ricadere nella cultura globalizzata.

Citando un'affermazione della Ruth Phillips (Direttrice del MOA di Vancouver, Canada): "se il museo moderno poteva essere pensato come una struttura architettonica, il museo del futuro va invece visto come un processo o un'esperienza". La Phillips suggerisce una nuova forma di apprendimento, "bidirezionale"<sup>(3)</sup> tra le comunità e i musei, un vero e proprio dialogo tra "allievi e maestri: esperti conoscitori del loro mondo ma inesperti di quello degli altri"<sup>(4)</sup>. Nascerebbe così una nuova forma di conoscenza che comunicata al mondo attraverso progettate esposizioni sarebbe in grado di offrire una visione più allargata delle realtà passate o presenti e di superare stereotipi comuni. Come esempio possiamo riportare quello della mostra realizzata nello stesso MOA, dal titolo "Written in the earth". Una mostra archeologica che ha dimostrato quanto le popolazioni native contemporanee, in questo caso la comunità *Salish*, possano fornire utili spiegazioni su materiali risalenti a migliaia di anni addietro, spiegazioni che non sarebbero mai state dedotte o scoperte dallo studioso. Dunque, accanto ai reperti risalenti a 4000 anni fa sono state collocate immagini e narrazioni contemporanee.

A questo punto vien logico pensare ad un contenitore adeguato ad accogliere lavori di ricerca, collaborazione, analisi e selezione di elevato spessore culturale. Subentra il lavoro dell'architetto che dovrà, anch'esso, svolgersi in simbiosi con il museo e con la sua complessa organizzazione. L'architetto dovrà progettare ambienti e organizzare esposizioni senza perdere mai di vista gli obiettivi finali come quello educativo, ricreativo e di promozione economica del territorio.

Anche la struttura architettonica come involucro esterno comunica, invia sensazioni e messaggi ben precisi, pertanto deve essere studiata in modo tale da creare una corrispondenza tra il suo linguaggio e quello del contenuto esposto. Una simile soluzione evita il prevalere del primo sull'altro; spesso accade che il contenitore diviene oggetto principe di una mostra o di una collezione distraendo e soprattutto confondendo la percezione e l'apprendimento del visitatore.

Inoltre l'architettura dovrà prevedere spazi flessibili che consentano all'ambiente museo un uso diverso dall'abituale. Il museo deve essere sempre pronto ad accogliere contenuti culturali diversi dai propri o dai soliti, organizzare quindi mostre temporanee di ugual efficacia, spostando pareti, eliminando o aggiungendone delle altre, prevedendo luci mobili e adattabili, piani di appoggio o di sostegno intercambiabili, insomma progettare un ambiente capace di cambiare e rinnovarsi continuamente a seconda delle necessità contingenti.

Le esposizioni, oltre ad essere rinnovabili, devono coinvolgere l'utenza non solo intellettualmente ed emotivamente ma anche sensorialmente, ossia il visitatore deve manipolare per meglio interiorizzare, infatti: "se vedo ricordo, se tocco non dimentico". Secondariamente vanno create svariate forme di approccio come immagini proiettate sulle pareti, testi inseriti sul pavimento, l'uso dell'audio ecc... distribuite sull'intero spazio espositivo in modo da accompagnare il visitatore dall'inizio alla fine del percorso. Bisogna inoltre offrire un pacchetto informativo che possa essere personalizzato, cioè un sistema multimediale stratificato che consenta al fruitore di riconoscere il percorso interattivo che gli è più confacente e parallelamente disporre di un percorso espositivo non chiuso in cui la partenza e il traguardo non siano predeterminati in modo da lasciare il visitatore libero di scegliere tra una sala e l'altra.

Oltre agli spazi espositivi il museo moderno deve offrire anche attività di svago, di divertimento, di ricerca bibliografica, di ristorazione in modo da coinvolgere anche un pubblico meno sensibile, meno colto che non è abituato o preparato ad entrare in questi ambienti. La gente attratta dall'evento particolare come potrebbe essere un concerto di musica classica o rock, verrebbe indirizzata involontariamente verso una mostra temporanea o un'esposizione permanente, verso un'architettura antica o un monumento e imparerebbe così ad osservare, a capire, ad apprezzare e, dunque, a valorizzare un bene culturale fino ad allora estraneo. Un convegno come un concerto, un evento folkloristico o la presentazione di un libro e persino un matrimonio potrebbero mantenere sempre vivo nel tempo l'interesse del pubblico abituale e occasionale verso una realtà museale altrimenti noiosa e spopolata. È consequenziale il ritorno economico che ne trarrebbe il territorio e la sua comunità.

Si accennava precedentemente alla possibilità di ampliare il pubblico offrendo opportunità culturali anche ai bambini e non solo, ai *diversamente abili*. L'organizzazione museale attuale e futura che si pone come motore culturale, "luogo sociale"<sup>(5)</sup> o "casa del collettivo", per essere tale deve creare un dialogo con queste realtà diverse e offrire loro opportunità di conoscenza, di crescita e divertimento al pari degli altri.

Negli ultimi anni in alcune città d'Italia sono state organizzate attività specificatamente rivolte a disabili, detenuti e bambini ospedalizzati, ottenendo ottimi risultati. Cito a riguardo il lavoro svolto a Bergamo dalla GAMC (Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea) con la Scuola Potenziata "Locatelli" che accoglie e educa bambini con handicap; dalla GAMC con la Scuola Ospedaliera "Regina Margherita" entrambe di Torino che hanno consentito ai ragazzi lungodegenti di interagire con una realtà esterna all'ospedale; al lavoro svolto a Napoli, grazie alla collaborazione tra il Museo Archeologico Nazionale e l'Istituto penale per i minorenni di Nitida. Penso, infine, ai percorsi e ai laboratori per bambini attivati nei musei tradizionali da un'organizzazione no – profit, il MUBA, a Milano dal 1995.

La grande partecipazione del piccolo pubblico ha portato così alla recente realizzazione di un museo permanente per bambini (MUBA) il cui contenuto si rinnova ogni anno. Si è creato dunque, un museo da "frequentare e non solo da visitare".

Il successo sociale di queste realtà diverse è stato raggiunto perché tutte si sono basate su un unico presupposto importante: il soggetto, disabile o normale, rinchiuso o ospedalizzato, giovane o anziano, colto o non colto, in quanto persona è un evento irripetibile e imprevedibile, con un suo

passato, un suo modo di interpretare e comprendere le cose, con una personale sensibilità da rispettare e da cui partire nel progettare interventi di interazione con il patrimonio culturale.

Bruno Bettelheim, psichiatra, ha analizzato la qualità delle attività ricreative e il modo di presentarle in un suo racconto : *“...Sono convinto che, se da bambino non mi stancavo mai di visitare i musei e non ne rimanevo mai deluso, era perché nessuno mai mi diceva come o che cosa dovevo guardare, nè pretendeva di spiegarmi il significato intrinseco degli oggetti in mostra... A volte avvertivo all'improvviso, nel più profondo del mio essere, come una scossa, lo shock del riconoscimento. Ma questo non sarebbe accaduto se qualcuno mi avesse spiegato tutto in precedenza”*. Lo stesso autore afferma che: *“...Il più grande valore che il museo può avere per i bambini, indipendentemente dal suo contenuto è... fornire l'occasione di ammirare, ciascuno con i suoi tempi e i suoi ritmi, cose che vanno oltre la loro portata e, soprattutto, comunicare un senso di venerazione per le meraviglie del mondo...”*(6).

Elaborando quanto è stato detto finora si riesce ad avere una percezione decisamente più chiara del museo: una realtà dinamica e complessa che giunge al visitatore attraverso la comunicazione di una sola delle sue pur numerose sfaccettature. Quest'ultima possiede tanto potere, quanto più risulta essere la fase ultima più raffinata e delicata di un lungo e faticoso processo; potrebbe essere paragonata all'interfaccia grafica di un computer, che è sintesi di un massiccio lavoro svolto da una intera equipe, e che se progettata male potrebbe far apparire di basso livello anche un eccellente lavoro di organizzazione museale.

La comunicazione deve invadere la vita sociale, il quotidiano, attraverso cartelloni, pubblicazioni, interviste radiofoniche e televisive, deve creare un ponte tra questo mondo e il collettivo, deve proporsi come promozione museale, dare visibilità per affascinare l'intero pubblico e invogliarlo a guardarsi attorno e conoscere più in profondità la storia degli altri e la propria.

La comunicazione rende la realtà museale chiara e trasparente e sempre pronta ad essere messa in discussione dalla comunità e a rivalutarsi nel suo interesse: un museo sempre in tensione.

## CREAZIONE DI UN PORTALE

L'importanza della rete web è di fondamentale impatto visivo e informativo sulle persone, soprattutto nuove generazioni, le quali hanno l'esigenza di conoscere informazioni sempre più velocemente e più dettagliatamente possibile.

Il portale web potrebbe risolvere e diffondere il valore degli studi e dell'impegno del centro studi sulle bande.

Una rete informativa, non solo per gli addetti ai lavori ma anche per appassionati, musicofili o semplici curiosi che intendono saperne di più su questo fenomeno musicale!

Cosa potrebbe contenere un portale del genere?

- Informazioni storiche sulle bande
- Calendario di tutti gli appuntamenti musicali che esse svolgono nel corso dell'anno
- Una catalogazione on-line di spartiti e partiture
- Informazioni di carattere fiscale e organizzativo

Un lavoro, insomma, che possa mettere in contatto tutti quei musicisti e quelle bande che fino ad ora non hanno potuto o voluto informarsi ed organizzarsi!