

10

Quaderni dei Musei Civici

**I primi visitatori del Museo
Diffuso della Resistenza, della
Deportazione, della Guerra,
dei Diritti e della Libertà**

Città di Torino

Assessorato per le
Risorse e lo Sviluppo
della Cultura

Assessore
Fiorenzo Alfieri

Divisione Servizi Culturali
Direttore
Renato Cigliuti

Settore Musei
Dirigente
Daniele Lupo Jallà

Settore Educazione al
Patrimonio Culturale
Dirigente
Vincenzo Simone

Progetto grafico
Daniele Arnaldi

Stampa
Stargrafica

Coordinamento editoriale
Vincenzo Simone

Si ringraziano per la collaborazione
Sandra Aloia, Alessandro Bollo, Chiara Cavallarin, Guido Esposito, Stefania Gigliotti,
Alessia Gioacchino, Luca Manfredi, l'Osservatorio Culturale del Piemonte, Teresa
Pellegrino, Ilenia Pennini, Elena Ragusa, Sonia Schifano, Pierfranco Vai.

Ed inoltre
la Divisione Gioventù e Cooperazione Internazionale della Città di Torino, Daniele Jalla,
Paola Olivetti, Ersilia Perona, Patrizia Picchi, Guido Vaglio e i Giovani per Torino: Sandra
Aloia, Nicola Biagiotti, Stefania Bizzarri, Cristiano Bonora, Sara Bucchiani, Flavio Chiadò,
Rosanna Di Franco, Guido Esposito, Claudia Ghiozzi, Luca Manfredi, Pietro Mangione,
Michele Melchionna, Ursula Obone, Ilenia Pennini, Sonia Schifano, Pierfranco Vai,
Fernando Valenti, Sara Vergallito,

I Quaderni dei Musei Civici sono consultabili all'indirizzo web: www.comune.torino.it/museiscuola
Può essere richiesta copia a: Città di Torino - Settore Educazione al Patrimonio Culturale -
via San Francesco da Paola, 3 - 10123 Torino

Nel maggio 2003 è stato inaugurato, nel settecentesco edificio juvarriano dei Quartieri Militari, il Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà. Lo storico Palazzo, dopo il restauro e l'adeguamento funzionale, ospita l'Istituto Storico per la Resistenza e l'Archivio Nazionale Cinematografico della Resistenza, i cui materiali costituiscono un patrimonio unico a livello europeo per lo studio della storia del Novecento.

I temi della ricerca e della comunicazione della storia, fortemente irrelati, hanno trovato una sede comune in un istituto che sta tentando, anche in attesa di definire le forme della sua gestione, di costruire una sua identità e, agendo sulla sua dimensione di museo diffuso, di sottolineare il forte legame territoriale. Il Museo è infatti diffuso e non si identifica soltanto con gli spazi - complessivamente ridotti - del palazzo, ma si collega ad altri luoghi che ne condividono l'ispirazione: luoghi di memoria, musei, centri di interpretazione in Torino e nella sua provincia. Parallelamente esso risponde ad una duplice vocazione: essere il luogo in cui comunicare una storia delimitata sul piano cronologico e territoriale (il periodo 1938-45 a Torino e nella sua provincia) e, al tempo stesso, aprirsi alla riflessione sui grandi temi di portata temporale e geografica più vasta.

Durante la fase di avvio è stato realizzato un progetto di ricerca sui visitatori integrando diversi metodi, strumenti ed analisi, anche in relazione ai differenti obiettivi dell'indagine; numerosi sono infatti i fattori di innovazione nell'esperienza: un pubblico nuovo e le sue modalità di approccio ad un museo senza collezioni, diffuso sul territorio, dedicato a temi specifici e "emotivamente caldi", ad un edificio storico di pregio restituito a pubblica fruizione.

Questo decimo Quaderno dei Musei Civici documenta, seppur in misura parziale, il costruirsi di un rapporto tra un museo e il suo pubblico, fotografando alcune caratteristiche generali dei suoi primi visitatori e delle modalità di visita prevalenti, dando evidenza del forte dinamismo esistente nel rapporto tra il museo e il suo pubblico di riferimento e come questo si vada costituendo in risposta alla qualità delle proposte.

Accanto alle più tradizionali forme di conoscenza del pubblico, tra gli strumenti utilizzati particolare importanza riveste l'Indagine osservante realizzata nell'ambito della collaborazione tra la Città e l'Osservatorio Culturale del Piemonte, sia grazie alla metodologia fortemente innovativa adottata sia per preziosi risultati forniti in termini di effettiva fruizione dello spazio museale. Tutto questo, ci sembra, consente di mettere a fuoco l'"oggetto museo" da diverse angolature, di arricchire l'interpretazione, di trasformare con più affidabilità la conoscenza pura in comportamento strategico.

Fiorenzo Alfieri

Assessore
alle Risorse e allo
Sviluppo della Cultura
Città di Torino

Interessati, da soli, a volte ritornano...

2

La conoscenza dei visitatori costituisce il punto di partenza per definire le politiche educative del museo e le indagini sul pubblico rappresentano una prassi che inizia a diffondersi anche nel nostro Paese, sollecitata soprattutto da finalità di marketing culturale.

Durante la fase di avvio del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà, è stato realizzato un progetto di ricerca finalizzato alla conoscenza dei visitatori e alla verifica del percorso di visita e dei media utilizzati. Accanto a strumenti prevalentemente statistico-quantitativi, utili per la rilevazione e l'analisi delle caratteristiche demografiche e sociali del pubblico¹, sono stati utilizzati strumenti di tipo qualitativo, come l'analisi attenta e critica del registro dei visitatori e un focus group con le giovani guide volontarie. Volendo indagare sulle modalità concrete di fruizione e sui flussi di pubblico all'interno delle sale è stata inoltre realizzata, nell'ambito dell'Osservatorio Culturale del Piemonte un'Indagine osservante effettuata con metodologie particolarmente innovative nell'ambito della ricerca sui comportamenti dei visitatori.²

Il contestuale uso di più strumenti di indagine ha evidenziato la possibilità di isolare delle macrocategorie di visitatori e, al tempo stesso, ha messo in luce la forte segmentazione esistente nei comportamenti individuali di consumo culturale.

Il museo è visitato prevalentemente da persone che vivono a Torino o in provincia, forti consumatori di cultura, con alto livello di istruzione formale, attenti cono-

scrittori dei temi trattati e particolarmente interessati ai contenuti. Più della metà di essi non programma la visita, sceglie di recarsi al museo il giorno stesso e viene a conoscenza della sua esistenza dal passaparola di amici e conoscenti.

Un ulteriore fattore di differenziazione emerge leggendo i dati lungo l'asse diacronico; riguarda la risposta del pubblico alle proposte del museo e il dinamismo del rapporto tra l'istituto e un pubblico in via di fidelizzazione. Le ricerche di tipo qualitativo, che hanno costituito la base del nostro processo di verifica dell'allestimento e delle strategie di comunicazione adottate, si riferiscono ad un delimitato arco temporale (da maggio a settembre 2003) e ad una fruizione contestuale dell'allestimento permanente e della mostra con cui è stato inaugurato lo spazio³. In quel periodo si è registrata una presenza giornaliera media di 18 persone. Si era nella stagione estiva e la presenza tra i visitatori di gruppi scolastici risulta irrilevante. Nel periodo di allestimento della mostra "Gulag. Il sistema dei lager in URSS", dal 19 settembre al 16 novembre, sui circa cinquemila visitatori, gli allievi delle scuole di Torino e provincia rappresentano invece più del 45% dei visitatori e la media di presenze giornaliera si è triplicata. Segno che il museo sta costruendo un rapporto con il pubblico e, insieme, conferma dell'incidenza attrattiva dell'esposizione temporanea.

Inoltre, come attività collaterali, il museo ha organizzato e ospitato incontri, convegni, manifestazioni e piccole performance, spesso in collaborazione con gli istituti. Queste attività hanno favorito il costituirsi di un pubblico non numeroso, ma attento e assiduo frequentatore dello spazio e delle attività proposte. I momenti più "premianti" da questo punto di vista sono stati: la Conferenza sulla comunicazione umanitaria di Jean Pierre Gaume in ottobre (89 presenze), la Giornata seminariale di studi su Pietro Gobetti (98) e la presentazione del video "Memoria di una guerra civile" (84) nel mese di novembre e, infine, l'incontro con Carmen Yanez in dicembre (87).

Particolare interesse rivestono i risultati dell'indagine sull'effettiva fruizione di un centro di interpretazione di recente apertura, costituito da uno spazio che, pur presentandosi come museo, non lo è nel senso tradizionale del termine. Nella sala di accoglienza al piano terreno, installazioni multimediali e grafiche introducono alle principali tematiche, fornendone una presentazione complessiva. Da un lato i luoghi della memoria del territorio (un video proiettato su più monitor "diffusi" sulla rappresentazione cartografica delle valli piemontesi), dall'altro l'apertura al presente e alla riflessione sui diritti e sulla libertà come conquista non ancora affermata dappertutto (sulla parete di destra una freccia conduce idealmente dai principi costituzionali affermatasi dopo i tragici eventi della Guerra e della Deportazione e la lotta per la Liberazione, alla conquista di diritti in anni più recenti, perlomeno nelle società occidentali). Gli stessi temi sono evocati nel portico, nel cortile interno e nello scalone di accesso, creando così un collegamento con i locali dei piani superiori. Al primo piano uno spazio espositivo è dedicato alle mostre temporanee. Vi è annessa una sala proiezioni polifunzionale che ospita rassegne, cicli di incontri e altre attività del Museo o degli Istituti. L'ingresso al museo e alle mostre è gratuito.⁴

Positiva sembra la reazione dei visitatori ai diversi media utilizzati nell'allestimento. La sala proiezioni e la galleria delle immagini sono zone di comunicazione prolungata e, si presume, approfondita. Diverso il discorso sullo spazio introduttivo situato a piano terra, spesso ritenuto destinato unicamente all'accoglienza del visitatore. Molto buoni peraltro alcuni indici di gradimento rilevati; in particolare, al di là dei contenuti della mostra, sono stati apprezzati il comfort, la cortesia del personale di sala e i filmati inseriti nell'allestimento.

Relativamente alle modalità di fruizione, rimandando ai risultati delle singole indagini che compongono il progetto di ricerca, sembra delinearsi un consumo attento, una visita relativamente lunga e in solitudine. I visitatori che hanno scelto di effettuare la visita individuale sono infatti pari a circa la metà del totale. Il dato è in controtendenza rispetto alle altre indagini disponibili. Ma occorre considerare che si tratta di un pubblico fortemente interessato (la principale motivazione alla visita è "interesse specifico per la resistenza" che raggiunge il 92% se si sommano i cultori di storia del Novecento). Tra le motivazioni alla visita segnaliamo inoltre: il 14% attratto dall'apertura di un nuovo spazio espositivo cittadino, il 2% attirato dal Palazzo restaurato mentre solo una persona che si è recata in museo come parte di una visita turistica alla città. Altra caratteristica generalizzabile è l'apprezzamento dell'apparato multimediale, indice di adattabilità alle innovazioni tecnologiche nella comunicazione della storia. Altrettanto significativa e condivisa, infine, l'importanza dell'elemento emozionale, come più facilmente evidente dagli strumenti più qualitativi su cui ci siamo basati, il focus group e il registro dei visitatori.

(v.s.)

¹ Indagine effettuata da Sandra Aloia e Elena Ragusa e coordinata da Vincenzo Simone nell'ambito del progetto "Un museo, tanti pubblici", realizzato dal Settore Musei in collaborazione con il Settore Giovani e Volontariato.

² Indagine Osservante a cura della Fondazione Fitzcarraldo nell'ambito delle attività di ricerca dell'Osservatorio Culturale del Piemonte. Gruppo di ricerca: Alessandro Bollo (coordinatore), Sandra Aloia, Stefania Gigliotti, Alessia Gioacchino, Teresa Pellegrino, Elena Ragusa.

³ "Un'immagina dell'Italia.- mostra di una mostra sulla Resistenza 1946/2003".

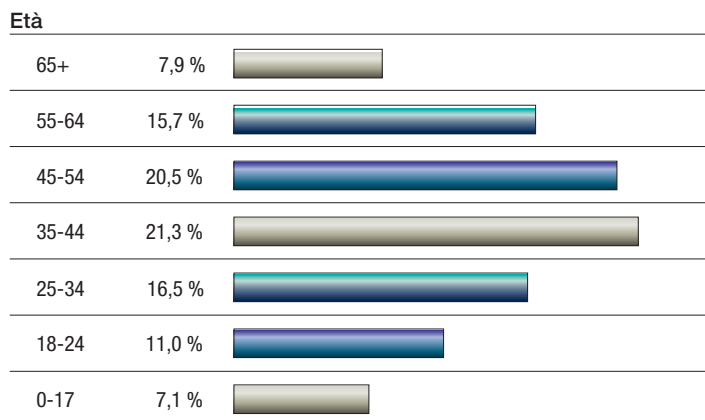
⁴ Il progetto espositivo e la direzione dell'allestimento del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà è stato realizzato da Roberto Pagliero, Salvatore Simopnetti, Stefano Trucco con Luca Bernard e Monica Cavallero. L'ideazione e la progettazione generale sono state elaborate da un gruppo di lavoro formato da Città di Torino, Provincia di Torino, ANCR e Istoretto.

I primi visitatori del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà

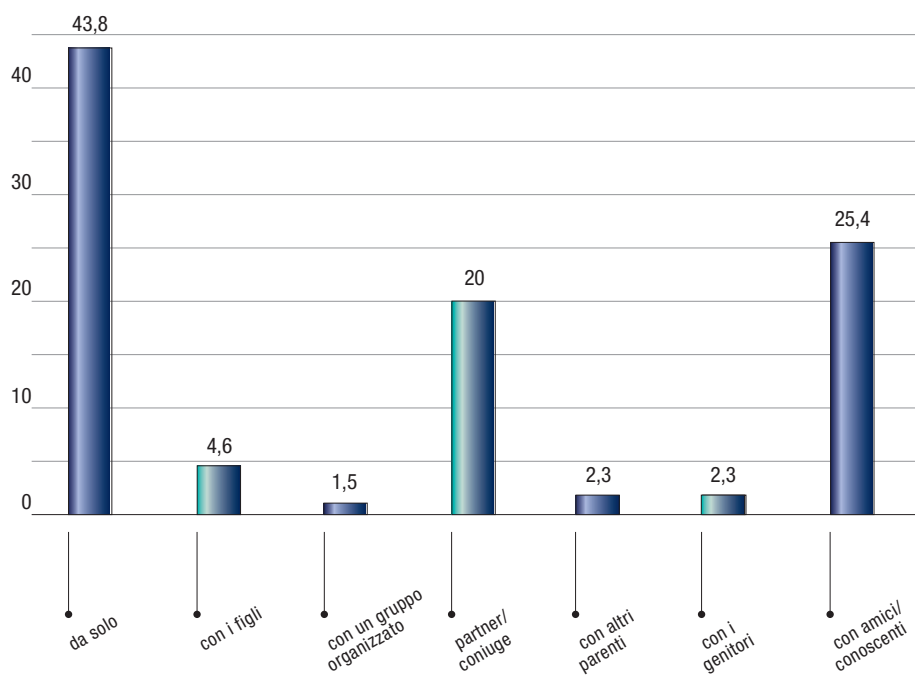
4

Dal 2 giugno al 14 settembre 2003, durante l'allestimento della mostra "Un'immagine dell'Italia", è stata condotta un'indagine mediante la somministrazione di un questionario strutturato a 128 persone, con un campione quindi pari al 7% ca. del totale dei visitatori. Il questionario veniva consegnato ai visitatori insieme al biglietto d'ingresso e alla brochure sulla mostra e il personale invitava a compilarlo al termine della visita, consegnandolo prima di uscire. Come incentivo alla compilazione sono stati messi a disposizione gratuitamente delle copie del libro "Torino 1938/45. Una guida per la memoria" (in vendita nello stesso museo). L'indagine si proponeva di ricostruire il profilo del pubblico, i suoi consumi culturali e raccogliere informazioni più dettagliate sulla tipologia di visita effettuata.

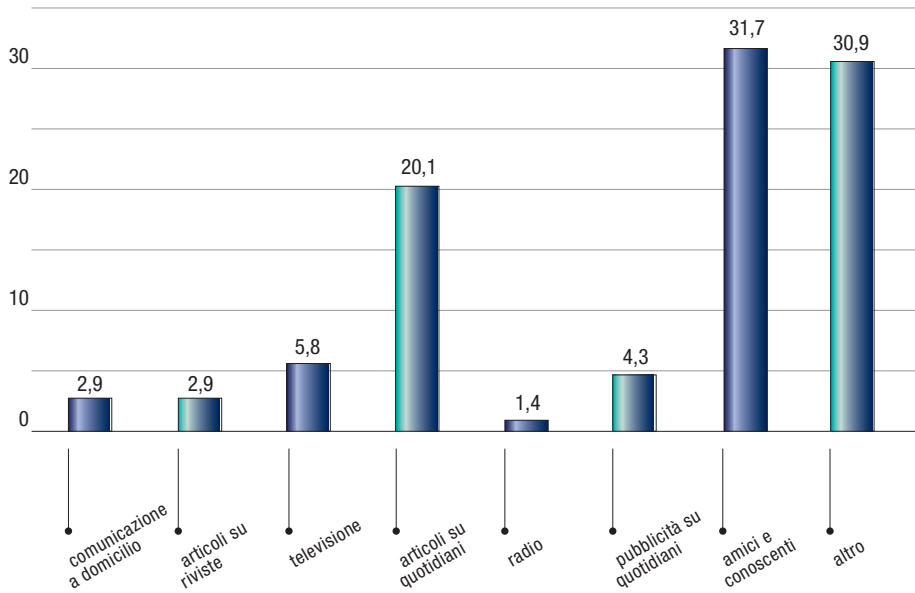
I risultati ci consentono di evidenziare alcuni tratti specifici del rapporto tra il museo e il suo pubblico. Passaparola di amici/conoscenti e articoli su quotidiani sono stati i mezzi di comunicazione più efficaci per favorire la conoscenza del museo, ma anche la dimensione casuale viene evidenziata da molti. Nel primo periodo di monitoraggio, corrispondente alle prime settimane dopo l'apertura al pubblico del Palazzo dei Quartieri, si è beneficiato dell' "effetto traino" dell'inaugurazione (comunicati e conferenza stampa, articoli sui giornali e servizi ai tg locali); in seguito hanno funzionato il passaparola e la segnaletica esterna (quali gli standardi e i totem situati nei pressi dell'ingresso)¹. Questi strumenti caratterizzano una visita decisa "all'ultimo momento": più della metà di coloro che hanno compilato il questionario hanno infatti dichiarato di averla programmata nell'arco della giornata. Più insolito il fatto che il 44% dei visitatori abbia effettuato la visita da solo². Inoltre, nonostante le ridotte dimensioni dello spazio espositivo, la durata media della fruizione varia da mezz'ora a un'ora per la metà del pubblico e solo per il 17% dura meno di 30 minuti. Per il resto del pubblico, la durata della visita varia da un'ora a più di due. Questo andamento può essere dovuto al nutrito apparato multimediale presente, sia a corredo della mostra sia nel centro d'interpretazione permanente. Proprio questa parte dell'allestimento incontra i maggiori favori dei visitatori di tutte le età. La percentuale di coloro che li apprezzano molto è infatti superiore al 72%, dato che viene superato solo dal gradimento nei confronti della cortesia del personale (84%). L'analisi dei dati permette di trarre interessanti indicazioni relative al profilo anagrafico del visitatore del Museo Diffuso e ai suoi consumi culturali. Il pubblico è prevalentemente costituito da uomini (52%) per lo più residenti a Torino (83,7% compresa la Provincia) e con un alto livello d'istruzione. Infatti, sommando le



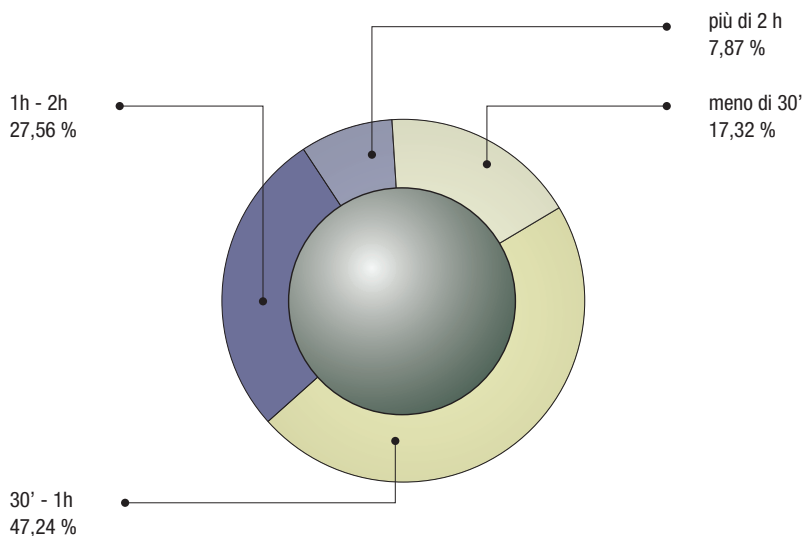
Con chi è venuto al museo?



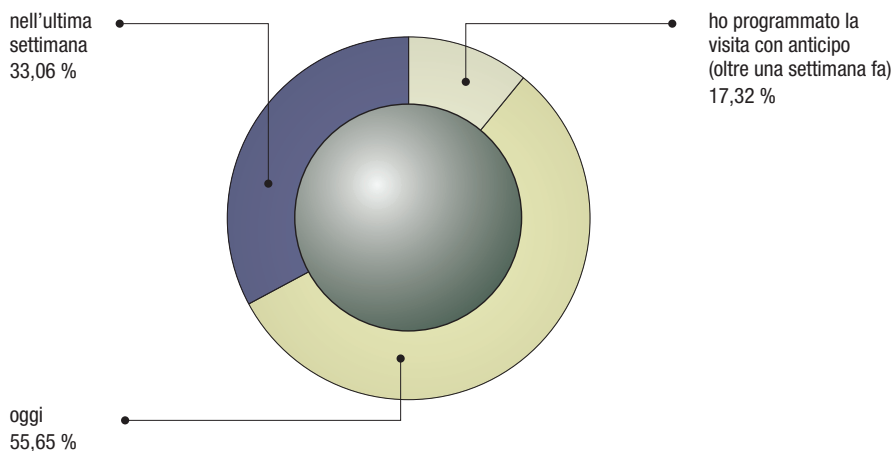
Come è venuto a conoscenza del museo?



Quanto tempo è durata la visita al museo?



Quando ha deciso di visitare il museo?



percentuali relative, risulta che i tre quarti dei visitatori ha conseguito un diploma di Scuola Media Superiore, una Laurea o un Master³. Si tratta soprattutto di impiegati⁴, pensionati, studenti e insegnanti. La caratteristica principale comune ai visitatori è l'alto consumo culturale, dai libri agli spettacoli cinematografici, dalle visite a mostre e musei alla lettura dei quotidiani; in media sono andati 14 volte al cinema e hanno letto 19 libri nel corso del 2003. La metà di loro legge "La Stampa" tutti i giorni, il 30% "La Repubblica".

In conclusione si può affermare che i visitatori del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà costituiscono un "pubblico di prossimità", persone che, in modo contraddittorio rispetto alla forte incidenza della casualità della visita, riescono facilmente ad entrare in rapporto con la natura dei contenuti interpretati dal Museo, sia perché possiedono conoscenze specifiche dovute a un particolare interesse per il tema o semplicemente per l'alto grado d'istruzione, oppure perché hanno vissuto in prima persona quel periodo storico. Proprio per questo la visita assume dei caratteri prettamente personali, trasformandosi in un'esperienza vissuta individualmente, a differenza di quanto accade solitamente in analoghe attività di tempo libero. Circa le tecniche di comunicazione utilizzate si sottolinea l'efficacia del supporto multimediale, forse perché strumento ormai familiare ai più, forse perché di più semplice e immediata lettura. Inoltre, viene evidenziata l'importanza della gratuità come elemento di stimolo al ritorno dell'utente che vuole approfondire o terminare il percorso museale⁵.

(s.a./e.r.)

¹ I dati corrispondono a quelli dell'indagine condotta nel luglio 2001 (cfr. "Il pubblico di mostre e musei in Piemonte 2001", Fondazione Fitzcarraldo, Torino, 2001. p. 27). Per un ulteriore confronto vedere "Quaderni dei Musei Civici n°6. Mostre e visitatori a Torino 1996/1999", Città di Torino, 2001. p. 9. Notiamo che tra il passaparola e la pubblicità stradale, nel caso del Museo Diffuso è la prima ad aver avuto maggiore riscontro, anche per il ridotto numero di mezzi pubblicitari stradali adoperati.

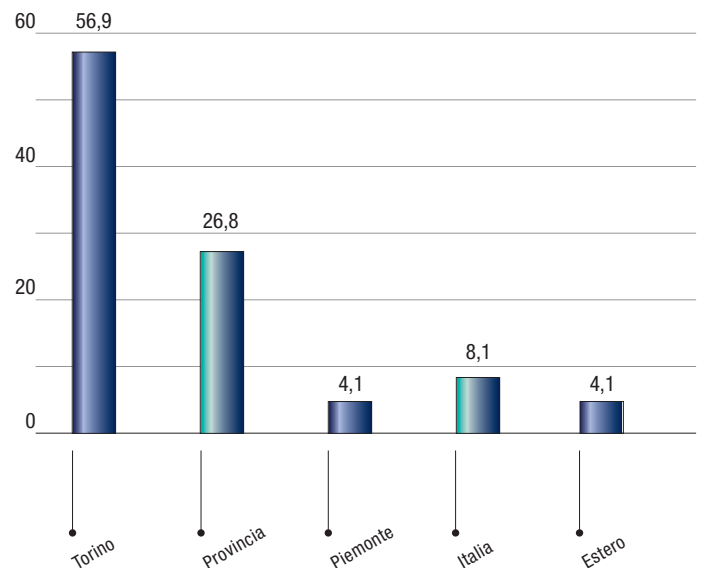
² Nella ricerca condotta nel 2001 risulta invece che i visitatori solitari di mostre e musei in Piemonte sono il 13,5% del totale (cfr. "Il pubblico di mostre e musei in Piemonte 2001", Fondazione Fitzcarraldo, 2001. p. 31).

³ Questo dato risulta in linea, addirittura leggermente inferiore rispetto alle due citate indagini dove le percentuali della stessa fascia di istruzione si attestano intorno all'85%.

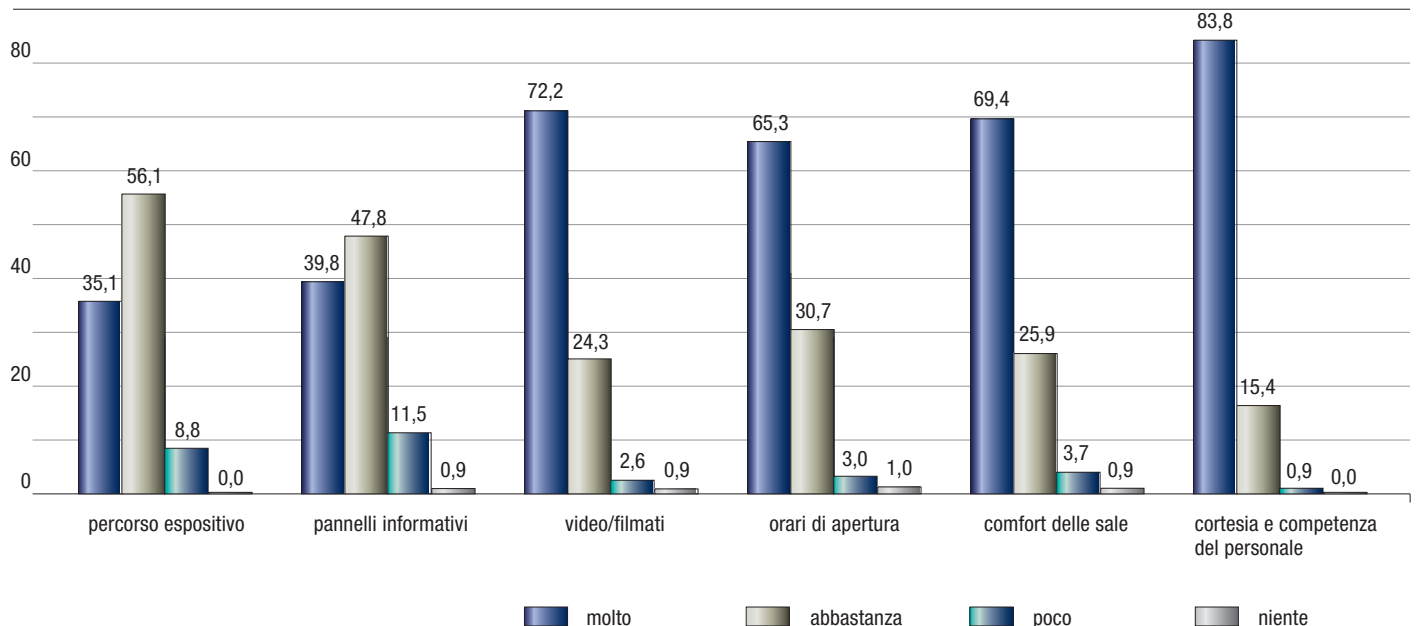
⁴ Si ipotizza che la gratuità dell'ingresso unita all'ubicazione centrale del museo possa aver facilitato la visita da parte degli impiegati nella pausa-pranzo (come da alcuni segnalato nelle risposte aperte del questionario), portando così la percentuale di questa categoria a più del 30%.

⁵ Più di un terzo di coloro che hanno compilato il questionario hanno dichiarato di voler ritornare al museo per approfondire le tematiche affrontate durante la prima visita.

Residenza



Del museo ha apprezzato:



Visitatori sotto la lente Indagine osservante al Museo diffuso

L'osservazione diretta dei comportamenti del pubblico (si usa spesso il termine di "indagine osservante" o "osservazione non partecipativa") risulta specificamente adatta per la rilevazione dei percorsi di visita, nonché per l'individuazione puntuale dei referenti comunicativi (vetrine, singoli reperti, oggetti, didascalie, pannelli informativi, applicazioni multimediali, segni logistici etc) che maggiormente attraggono l'attenzione o raccolgono l'indifferenza dei visitatori. Può essere inoltre utilizzata per valutare l'eventuale affaticamento da visita e il rapporto tra durata percepita e durata effettiva.

Nel caso dell'indagine osservante effettuata presso il Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà, si è inteso indagare:

- > Il percorso seguito dai visitatori al piano terra del museo (spazio in cui è collocato il centro di interpretazione del museo diffuso) e al piano superiore dove era stata allestita la mostra "Un'immagine dell'Italia. Mostra su una mostra della resistenza (1946-2003)"
- > Il grado di attrazione e di trattenimento degli elementi di maggiore rilievo costituenti il percorso di visita
- > Le diverse attività svolte dai visitatori durante la fruizione dello spazio museale

Per quanto concerne il piano della ricerca, le fasi e le azioni principali sono state:

- > un lavoro preliminare di mappatura del percorso di visita e di individuazione dei principali elementi di interesse con il quale il visitatore può venire a contatto ed interagire.
- > codifica e pre-test, da parte del gruppo di ricerca, di tutte le modalità comportamentali che il visitatore può adottare durante l'esperienza di visita.
- > un lavoro di *training* per rendere il più possibile standardizzato e oggettivo il processo di descrizione osservante dei diversi ricercatori: a tale proposito è stata redatta una scheda di rilevazione in cui sono stati specificati e classificati tutti i possibili comportamenti osservabili e le relative modalità di codificazione.

> osservazione sul campo. A fini sperimentali l'obiettivo di raccolta può essere compreso tra le 50 e le 200 osservazioni.

> fase di decodifica dei tracciati e di elaborazione e interpretazione dei dati. E' questa una fase particolarmente complessa in quanto richiede una "costruzione" ex-post delle ipotesi di ricerca sulla base delle emergenze empiriche non essendo utilizzabile una letteratura scientifica molto consolidata né una prassi interpretativa condivisa

> elaborazione cartografica dei tracciati, degli indici di misurazione applicati (indice di attrazione e indice di trattenimento), e rendering "termografico" dello spazio di visita.

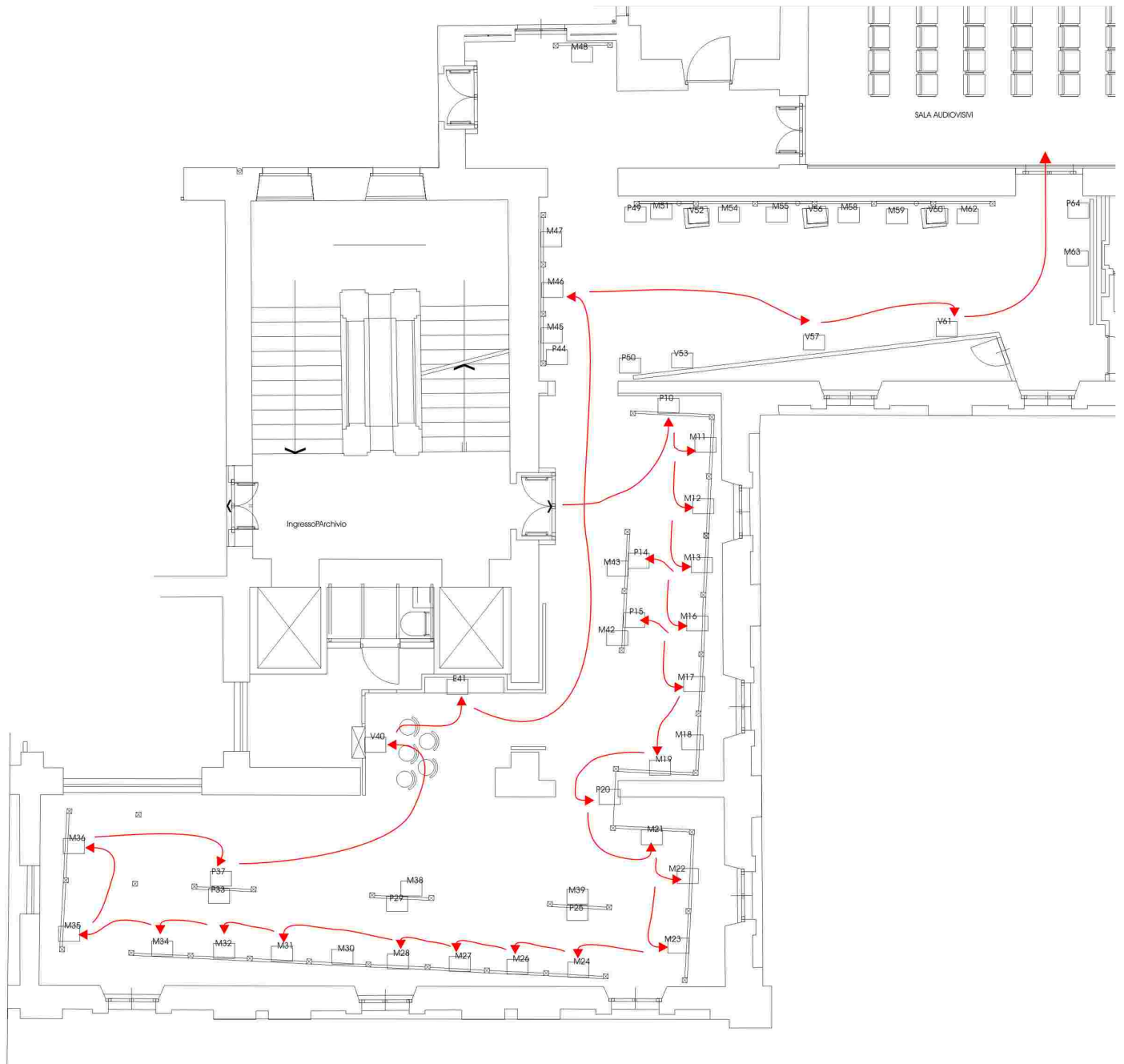
Come già ricordato, si tratta di una metodologia non standard fortemente dipendente dal contesto. Da un punto di vista scientifico il portato della ricerca deve intendersi come frutto di un orientamento specificamente descrittivo e induttivo in cui è fondamentale la capacità dei ricercatori di "leggere" le tipicità e le eventuali problematicità del contesto di analisi. Da un punto di vista operativo, per evitare che le modalità di osservazione e di registrazione dei dati siano arbitrarie e varino da ricercatore a ricercatore, è stato necessario predisporre una scheda e un vademecum di rilevazione il più possibile dettagliati e completi.

La ricerca è stata condotta nel periodo compreso tra il 25 giugno ed il 4 settembre 2003 su un campione di 81 visitatori, scelti su base casuale. Nel 61% dei casi osservati si tratta di persone che hanno effettuato la visita da sole, nel 29% si tratta di visita in coppia, nel 10% di visita in gruppo. In 3 casi la persona osservata stava accompagnando dei bambini¹.

Le sezioni considerate nell'indagine osservante sono costituite:

1. dalla sala principale di ingresso al museo al piano terreno
2. dallo spazio espositivo al piano secondo in cui era allestita la mostra "Un'immagine dell'Italia. Mostra su una mostra della resistenza (1946-2003)".

Percorso tipo / Durata visita piano mostra oltre 30 minuti



Visita approfondita (realizzata da circa il 18% dei visitatori). Sosta di fronte a quasi tutti i pannelli e lunga permanenza di fronte al video (V40). Nonostante la lunga permanenza complessiva la seconda parte della mostra ottiene una scarsa attenzione.

Complessivamente la sezione di museo considerata consta di **73 elementi di rilievo** (manifesti, video, vetrine, pannelli, etc.), distribuiti in maniera piuttosto difforme nei due principali spazi di rilevazione: sono 9 gli elementi di rilievo nella sala al piano terreno (il cosiddetto "Museo diffuso") contro i 64 presenti nello spazio espositivo al piano secondo.

Il percorso, ed i relativi comportamenti di fruizione sono stati analizzati sulla base di:

1. individuazione delle principali direttrici di visita.

Le direttrici di visita sono state analizzate e raggruppate anche in funzione dei tempi medi di permanenza nelle sezioni considerate, per verificare se a tempi di permanenza più lunghi corrisponda una fruizione "più intensa" e distribuita equamente nello spazio museale o se alcuni luoghi/oggetti fungano comunque da attrattori e polarizzatori di interesse a prescindere dal tempo utilizzato dalla visita.

Visita piano terra. Indice di trattenimento



Medio alto l'indice di trattenimento del pannello della poesia di P. Levi (0,62) e del video di G. Chiesa (0,52)

2. misurazione degli indici di attrazione e di trattenimento per gli elementi di rilievo.

Il primo indica il numero di persone che hanno sostato davanti ad un oggetto/reperto del percorso di visita. L'indicatore fornisce un primo indice "di base" sul grado di attrattività o di attenzione che esercita un oggetto/exhibit della collezione. L'indice varia da 0 a 1 e più l'indice è vicino ad 1 maggiore è la capacità di attrazione dell'elemento a cui si riferisce. L'indice di trattenimento (*holding power*) misura il tempo medio che si trascorre davanti ad un oggetto/reperto. L'indice varia da 0 a 1 e più l'indice è vicino ad 1 maggiore è la capacità di trattenimento dell'elemento a cui si riferisce.

3. individuazione delle aree delle zone del percorso a maggiore/minore attrazione.

Sulla base dell'analisi congiunta dei tracciati, dei punti di sosta e degli indici di attrazione si è prodotta una rappresentazione grafica che utilizza le gradazioni di colore per individuare le zone a maggiore o minore percorrenza e visibilità.

Utilizzando per analogia le rappresentazioni termografiche sono state individuate all'interno del percorso di visita delle "aree calde" (indicate con i toni del rosso) ad elevata fruizione e delle "aree fredde" (indicate con i toni del blu) a minore frequenza di passaggio e di utilizzo.

4. individuazione delle azioni e dei comportamenti di fruizione prevalenti lungo il percorso di visita.

Le modalità comportamentali prevalenti (parlare, sedersi, leggere, prendere oggetti) e gli elementi del percorso che maggiormente inducono a determinati comportamenti.

Le principali evidenze

Il piano terra può essere diviso "idealmente" in due sezioni: la parte A in cui sono collocati il desk di accoglienza e il video di Guido Chiesa (a multischermo) sul tema della guerra, della deportazione, della resistenza a Torino e nel resto della regione. I luoghi evocati dal video sono indicati sulla cartografia collocata sulla medesima parete. La parte B prospiciente la parete di destra, in cui si trova il grande pannello

dei diritti ed i tre monitor che ricordano le guerre ed i disagi più recenti, che toccano i diritti umani quanto quelli civili. L'analisi dei tracciati e degli indicatori evidenziano come i visitatori "in ingresso" siano attratti dall'accoglienza come luogo di partenza per definire l'orientamento e il percorso di visita e poi sostino di fronte al pannello multischermo.

La parte B invece sembra avere un potere di attrazione più basso (modesti gli indicatori di attrazione e di trattenimento). I visitatori molto spesso non si fermano davanti a pannello e video e si muovono direttamente in direzione del cortile interno e degli spazi che conducono alla mostra temporanea. Essa molto spesso viene interpretata come un puro motivo grafico piuttosto che un pannello in grado di veicolare contenuti testuali finalizzati ad una precisa trasmissione di significati. La disposizione testuale a forma di freccia, che, nelle intenzioni, serve a concludere e a spostare la lettura dal pannello ai monitor si rileva poco efficace (indice di attrazione dei monitor 0,27, indice di trattenimento 0,18).

Per alcuni dei visitatori lo spazio di ingresso viene interpretato non tanto come l'incipit vero e proprio della visita quanto un luogo "neutro" di informazione e di passaggio, un "interregno" in cui recuperare informazioni e a cui dedicare, semmai, una visione grandangolare e d'insieme (il 50% dei visitatori rimane nello spazio di ingresso per meno di 5 minuti). Assumono pertanto particolare importanza le funzioni relazionali e di orientamento attribuite al personale dell'accoglienza, che infatti possono "introdurre" il visitatore all'interpretazione dello spazio al piano terreno, fornendo alcune chiavi di lettura su come muoversi fisicamente.

Per quanto riguarda il piano superiore (ospitante la mostra) didascalie e pannelli informativi sono, in media, osservati da circa la metà dei visitatori; la maggior parte delle volte però sono letti in modo parziale e superficiale: quasi nessuno legge tutti i pannelli e per intero. In alcuni casi il comportamento è determinato dalla pre-

senza di pannelli informativi molti densi di testo e di immagini. Relativamente ai pannelli originali su cui si struttura la mostra, bisogna inoltre ricordare che la scelta allestitiva si basa sulla riproposta di una mostra realizzata a Parigi alla fine degli anni Quaranta e quindi con una impostazione museografica inevitabilmente datata, anche se, e forse proprio per questo, caratterizzata da un forte potere evocativo e dalla capacità di coinvolgere emozionalmente il visitatore. Questo ha inevitabilmente imposto un corredo informativo dettagliato e approfondito per fornire al visitatore diverse chiavi di lettura del percorso e delle scelte dei curatori.

Il forte coinvolgimento emotivo e l'interesse suscitato dalla mostra si ritrovano anche nell'analisi dei comportamenti di fruizione messi in atto durante il percorso di visita alla mostra. Mediamente si nota un atteggiamento di fruizione puntuale di quasi tutto il percorso espositivo. Sono molto rari i fenomeni di "passeggiata museale", ovvero di transito tangenziale e "grandangolare" di chi passa senza soffermarsi su nulla in particolare². Per la sezione mostra possiamo distinguere lo spazio in tre parti contraddistinte da comportamenti di fruizione distinti. La parte 1 comprende quella parte del percorso della mostra costituita sostanzialmente dai pannelli originali (corredati da elementi testuali di commento in lingua francese) e da pannelli informativi che aiutano alla comprensione dei manifesti. Questa è la parte di percorso fruita nel modo più approfondito e puntuale (gli indici di attrazione variano da 0,40 a 0,60, mentre gli indici di trattenimento dei pannelli informativi variano tra 0,20 e 0,27). E' interessante notare come, pur in presenza di durate di visita molto diverse, i comportamenti di fruizione di questa parte rimangano sostanzialmente simili e stabili. A prescindere dalla durata di visita il visitatore dedica particolare attenzione a questa parte del percorso decidendo semmai di non visitare o di ridurre il tempo di permanenza nelle parti 2 e 3.

In questa parte del percorso bisogna segnalare la buona capacità attrattiva del

video su "Albe Steiner. Un grafico nel dopoguerra" e della bacheca contenente volumi e documenti originali (indice di attrazione rispettivamente di 0,69 e 0,49). Si può supporre che sia il video sia la bacheca fungano come elementi di rottura, medium diversi che spezzano la continuità dei pannelli e che pertanto, anche a livello percettivo, si offrano come zona di interesse. La presenza delle sedie poste di fronte al video rafforza ulteriormente la capacità di catalizzazione. E' interessante notare come in un spazio e in un tempo relativamente limitati (la durata media della visita è di 47 minuti), in cui non si dovrebbero manifestare fenomeni di "museum fatigue", l'inserimento di sedie lungo il percorso assuma funzioni e significati inaspettati: la sedia spesso non viene utilizzata come oggetto per il riposo e la sosta, ma viene interpretata come un elemento segnaletico del percorso. Le persone si fermano dove ci sono le sedie, a volte rimanendo in piedi, perché la presenza della sedia indica che di fronte è situato un oggetto che "vale la pena di essere visto".

La parte 2 comprende la Galleria delle immagini, ovvero quella parte del percorso espositivo in cui vengono proiettate, in *loop*, le riproduzioni delle fotografie riguardanti la mostra originaria allestita nel 1946 a Parigi e successivamente trasferita in diverse città. Si tratta di una sorta di "mostra nella mostra" con funzioni metalinguistiche proposte come mezzo di contestualizzazione e di storicizzazione dell'evento. Questo spazio, negli occhi e nel comportamento del visitatore, appare di difficile interpretazione. Il visitatore si muove al centro del corridoio, raramente si sofferma sui monitor o sui filmati e si muove in direzione della sala audiovisiva. Si tratta di una zona del percorso particolarmente "fredda" contraddistinta da indici di attrazione e di trattenimento piuttosto bassi (ind. attr. compresi tra 0,14 e 0,36 e ind. tratt. compresi tra 0,04 e 0,28)

La parte 3 riguarda invece un'ulteriore mostra nella mostra perché è costituita da una serie di manifesti sul tema della resistenza riletta da giovani artisti e designer

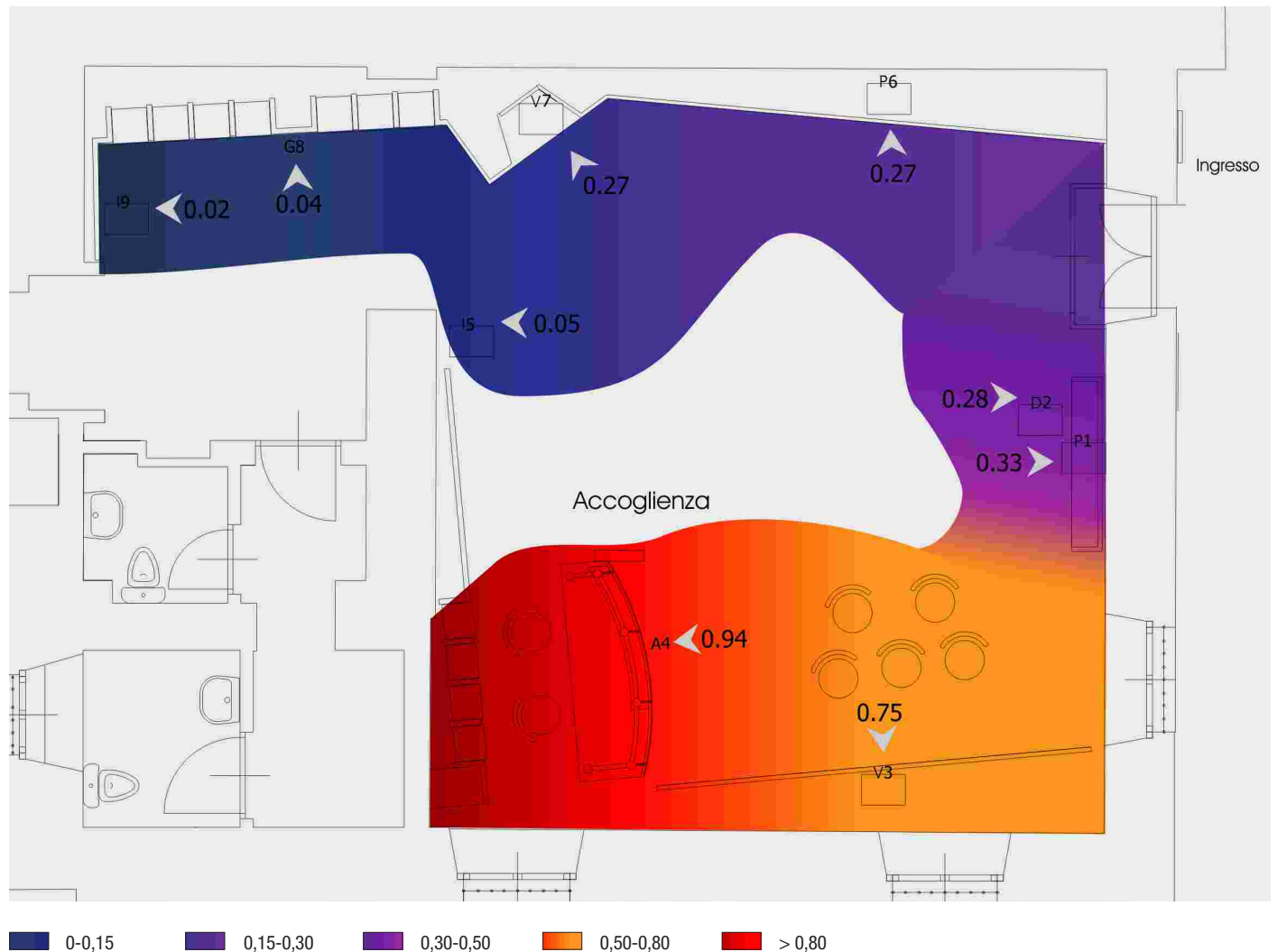
di tutta Europa, consapevoli dei valori e dei problemi della storia recente. I manifesti vengono letteralmente ignorati da molti visitatori che procedono passando oltre (gli indici di attrazione sono molto bassi: 0,18 valore medio).

¹ Va precisato che sono stati esclusi dall'osservazione i gruppi organizzati e quelli scolastici.

² Si tratta di una indicazione particolarmente interessante ed in sensibile contrasto con i risultati dell'indagine condotta da Solima al Museo Archeologico di Napoli in cui il 75,5% del tempo di visita è stato assorbito da attività di cosiddetta "passeggiata museale".

Alessandro Bollo
Osservatorio Culturale
del Piemonte

Visita piano terra. Termografia dell'area



Il focus group con le guide volontarie

14

Gli strumenti solitamente utilizzati per conoscere i visitatori, quali i questionari o le indagini osservanti, per la loro stessa natura, rischiano a volte di mettere in secondo piano la dimensione relazionale, emozionale dell'esperienza museale. Qui di seguito, invece, viene presentato un mezzo atipico di analisi di tipo qualitativo, ovvero la lettura dell'esperienza in museo attraverso l'interpretazione di alcuni giovani che lo hanno "frequentato" in modo particolare. Durante i fine-settimana di giugno e luglio 2003, quindici Giovani per Torino (gruppo di ragazzi dai 18 ai 30 anni che partecipano ad uno storico e ormai ben collaudato progetto di volontariato civico) hanno collaborato con il Museo Diffuso. Il loro compito era quello di accogliere i visitatori e, se questi lo desideravano, guidarli tra i pannelli della mostra temporanea "Un'immagine dell'Italia". Quando si è pensato a questo servizio al pubblico, si immaginava di proporre una presenza insolita all'interno dello spazio espositivo, da un lato in grado di accogliere con un sorriso il visitatore, dall'altro di essere utile all'occorrenza sia per le informazioni più banali sia in caso di richieste più specifiche sui contenuti e il progetto del Museo diffuso. A tal fine i ragazzi che hanno aderito all'iniziativa sono stati coinvolti in due giornate di formazione.

Al termine dell'esperienza si è svolto un focus group con l'obiettivo di verificare e condividere le esperienze vissute dai ragazzi, le osservazioni, i dubbi e i consigli che ne sono scaturiti, dato che i GxT hanno vissuto la duplice veste di fruitori essi stessi e di veicolo d'interpretazione per i visitatori ai quali veniva offerto il servizio. Sono stati quindi invitati a scrivere le proprie impressioni.

Una considerazione comune emerge da quest'attività. Tutti i partecipanti evidenziato la specificità dell'esperienza: più che "guide" si sono trovati nelle condizioni di essere "ascoltatori" e dunque soddisfare il desiderio di raccontare dei visitatori. "Il racconto cominciava ed eravamo noi a viaggiare". La maggior parte dei visitatori, ricordiamo, apparteneva alle generazioni che sono state toccate dai tragici eventi bellici e dall'epopea della liberazione. "È una calda domenica mattina e, con la collaborazione del collega, illustro piena d'entusiasmo il significato dei vari pannelli ad un gruppetto. Un signore, colpito dal particolare di una foto, comincia a narrare la sua storia di guerra e ribellione. Non oso interromperlo o fermarlo, anzi riconosco che ha tutta l'autorità di testimoniare, con il suo vissuto, l'orrore portato da un regime totalitario. Rimaniamo tutti ad ascoltarlo come ipnotizzati. Il gruppetto s'infoltisce con la presenza delle sorveglianti, che incuriosite si sono avvicinate. Si forma un cerchio intorno a quest'uomo. Esplodono i suoi ricordi dolorosi, tatuati nella sua mente da sempre. Solo la forza della disperazione e l'istinto della sopravvivenza gli hanno permesso di continuare a sopportarne il peso. Si abbandona in un pianto liberatorio, mentre tutti commossi ci stringiamo a lui in un abbraccio solidale. Un momento pieno di pathos, fortemente toccante". Episodi analoghi vengono riportati anche da altre guide volontarie che sottolineano la forte dimensione emozionale del pubblico proprio perché "si è trattato principalmente di anziani che hanno vissuto in prima persona i tragici avvenimenti della II Guerra Mondiale. Ex soldati che militavano in particolare tra le fila dei partigiani, ma anche tra quelle dell'esercito fascista". "Riconoscevano luoghi e personaggi e in molti casi conoscevano meglio di noi ciò di cui stavamo parlando". "Cercavano qualcosa che gli facesse ricordare eventi che avevano vissuto". Questo contatto diretto era inoltre favorito dal non-sovraccollamento e dagli ambienti poco dispersivi. "L'incontro con persone che hanno vissuto in prima persona gli eventi tragici del nazi-fascismo mi ha dato una chiave per comprendere alcuni significati di cui ho cercato di cogliere lo spessore e inoltre mi ha consentito di scoprire e interrogare i segni del passato".

(s.a.)

Il Registro dei visitatori

Il “registro dei visitatori”, tradizionale spazio cartaceo riservato agli utenti di un museo, è un utile strumento per ascoltare la voce del pubblico. Sempre a disposizione del visitatore, se effettivamente preso in considerazione, rappresenta un valido e agevole mezzo di analisi qualitativa. Dalle pagine del registro compilato durante la mostra “Un’ immagine dell’Italia” sono emerse due tipologie di considerazioni che possono essere distinte in commenti e suggerimenti, sia sui contenuti propri della mostra sia sulle caratteristiche dell’allestimento.

In generale i visitatori hanno gradito molto la mostra trovandola interessante, chiara e semplice (“molto interessante, aspettiamo altre mostre che sviluppino l’argomento”; “una mostra fondamentale”; “bellissima ed emozionante”). Hanno apprezzato lo spazio architettonico e la ristrutturazione dello storico palazzo juvarriano (“bellissimi gli spazi e la scelta dei Quartieri Militari”). Chi ha vissuto quegli anni ha riconosciuto che si sia trattato di una mostra significativa per conservare la memoria della Resistenza che può essere così trasmessa alle giovani generazioni (“congratulazioni per aver ricordato una parte dell’Italia in quegli anni difficili”; “molto istruttiva come memoria della Resistenza”; “finalmente a Torino un museo sulla Resistenza”; “è importante che ci sia qualcuno che ricordi la storia”; “da far conoscere ai giovani”; “comunico subito ai professori di mio figlio tredicenne”). L’esposizione diventa un utile strumento per comprendere anche l’attualità (“il passato va studiato per capire il presente, soprattutto in questi anni contemporanei”). Alcuni visitatori scrivono di essere ritornati per rivedere i filmati e quindi completare ed approfondire il percorso museale (“sono tornata a rivedere i filmati che richiedono tempo e impegno”).

Un visitatore ha così commentato la visita:

“Oggi 3 settembre 2003 ho incontrato “persone”. Essere persone e cittadini credo sia uno dei valori indispensabili per proseguire il cammino verso la civiltà in quest’epoca senza strade. Qui vengono visitatori che tendono alla conoscenza perché l’incomprensione del presente è dovuta all’ignoranza del passato. Qui c’è il passato di chi ha dato la vita per un presente dove il cittadino è persona e non più suddito umiliato e cieco come allora... speriamo.”

Non mancano i suggerimenti volti a migliorare la fruibilità del museo. Alcuni hanno evidenziato la mancanza di segnaletica per seguire uno specifico percorso di visita e l’assenza di sedie¹; inoltre hanno consigliato di migliorare l’audio dei filmati. Hanno giudicato la mostra, nel complesso, interessante ma dispersiva e hanno richiesto una maggiore pubblicizzazione delle iniziative del Museo (“fate più pubblicità, mancano gli stimoli!”).

(e.r.)

¹Alcune sedie sono state messe a disposizione del pubblico due settimane dopo l’inaugurazione.

Consumi e comportamenti

16

Il corpus di ricerche relative al pubblico del nostro museo si è arricchito di un'ulteriore indagine effettuata all'interno di una tesi di laurea.¹ L'obiettivo di questo lavoro è stato quello di "fotografare" uno specifico segmento di consumatori nell'atto stesso della loro pratica di consumo, per metterne a fuoco il processo decisionale, capire come esso si struttura e quali risultati determina. L'attenzione si è concentrata sull'allestimento e sul percorso espositivo e sugli strumenti di comunicazione e diffusione culturale tecnologicamente avanzati di cui esso si compone. I dati più rilevanti ci indicano una dinamica decisionale caratterizzata da un agire d'impulso, scaturito dal desiderio di un appagamento immediato del bisogno ludico-culturale di "edutainment" soddisfatto durante la fruizione di una mostra.

E' emerso quanto sia importante che il museo sappia farsi "interprete" della conoscenza che preserva e diffonde utilizzando strumenti di comunicazione ad alto coinvolgimento emotivo e di sollecitazione multisensoriale. In presenza di un corredo informativo articolato che non richiede una concentrazione elevata, il visitatore riduce i filtri cognitivi e si predispone alla fruizione con maggiore coinvolgimento della dimensione affettiva.

(s.g.)

¹ Tesi di laurea di Stefania Gigliotti, dal titolo " Il consumo culturale: il caso del Museo Diffuso dei Diritti e della Libertà di Torino". Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM - Facoltà di Scienze della Comunicazione - Milano. Relatore: Prof. Giovanni Siri. Anno Accademico 2002/03.