

6. Le interviste al pubblico

Maria Mercedes Ligozzi

6.1. Le interviste al pubblico: la narrazione dell'“esperienza museale”

Il museo narrato dal pubblico dopo la visita alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea si caratterizza come un itinerario di sentieri che intrecciano tra loro l'immagine, la parola e lo sguardo. Il dialogo con i visitatori è stato un convito polifonico sul grande divano rosso di fronte all'opera di Giacomo Balla, *Villa Borghese - Parco dei Daini*, nella sala del XX secolo. Dalle esperienze vissute dell'arte si evince che il “museo è la narrazione di un'idea e della sua realizzazione in permanente dialogo con le fantasie e con i vissuti del pubblico... Ma non è necessario che la narrazione sia il risultato di una intenzione più o meno consapevole del sistema museale (architettura, collezioni, curatori, organizzatori delle esposizioni ecc.), la proposta del museo interagisce con le fantasie e i vissuti dei fruitori, che possono, dunque, elaborare una propria storia” e raccontare la loro “esperienza estetica”.

“Il museo è un'isola dove ci si ritrova”, afferma una visitatrice, “dove si riflette sul passato e si immagina il futuro, ma è anche un' isola dove ci si perde”, perché il museo è un luogo dove “si sogna e quando si sogna ci si perde. Solo sognando si arriva veramente alla comprensione di un'opera. La visita al museo è un momento di revisione interiore, è il silenzio interno di riflessione sul vissuto che torna nel presente rispecchiando l'io attuale”. La dimensione del vissuto individuale attraverso l'arte sembra configurarsi quale esperienza museale anche per un altro visitatore, che ha definito il museo “un luogo dove si ascoltano tante voci nell'ambito del linguaggio visivo nel quale è necessario sentirsi partecipi anche attraverso la video-arte”. I linguaggi artistici, musicali e visivi, inoltre, possono integrarsi tra loro per far comprendere meglio un'opera, e per apprezzarla pienamente, afferma un visitatore, non è necessario conoscere l'autore, perché “la cosa più importante non è conoscere l'artista, ma l'emozione che provoca l'opera, indipendentemente dall'artista.

Se conosco l'artista ne sono condizionato". Il visitatore, di professione regista cinematografico, racconta, inoltre, alcune sue esperienze in altri musei europei: "mi è capitato poco tempo fa di essere a Londra e di vedere la mostra di Kandinskij. La fila era interminabile, penso che la gente vada alle mostre per moda, perché a Londra il resto della Galleria era deserto. Non credo che ai musei interessi il pubblico ma solo che vada tanta gente. Il fatto che voi mi avete chiamato, ad esempio, è molto singolare. Non capita quasi mai, neanche all'estero, che un museo organizzi una post-visita, anche per questo motivo io ho aderito, perché significa che il museo è interessato a me come persona". Per un'altra visitatrice, di professione insegnante, "le opere assumono maggior fascino se sono corredate da citazioni filosofiche o letterarie, perché linguaggio e pittura si integrano, e attraverso le biografie degli artisti si può comprendere meglio l'opera, perché la produzione artistica e la vita si congiungono". Per alcuni visitatori il "godimento estetico" sembra configurarsi anche nella dimensione dell'estraniamento, quale dimensione dell'*alterità*, perché secondo un visitatore l'osservazione delle opere "crea una sensazione che è difficile da esternare, è qualcosa che tramite l'occhio ti va dentro e ti estranea dal mondo che ti circonda". L'osservazione, quindi, per un altro visitatore, provoca "un sentimento di forte rivelazione. L'arte fa vedere lo stato dell'essere per riconoscere emozioni che prima non riuscivi a capire. Questo vale sia per l'arte moderna sia per quella contemporanea. L'oscurità diventa pensabile. L'arte contemporanea è ancora più potente, perché ci rivela il presente non interpretato ancora". L'"enigma" dell'arte ma anche la sua rivelazione sembrano configurarsi, inoltre, nella dimensione evocativa della memoria, perché il valore delle opere, afferma un visitatore, rimane a "disposizione della storia": "davanti alle opere di Burri e di Fontana si prova una grande emozione. Ci sono dei momenti dell'arte contemporanea che sono a disposizione della storia e della memoria e non della semplice fruizione". In Fontana e Burri l'arte nasce da una "intenzionalità intellettuale che è a disposizione della storia". "Il ricordo porta il silenzio", afferma, inoltre, lo stesso visitatore, il "silenzio assordante delle immagini". Il museo, inoltre, "è un luogo di definizione dell'identità di una comunità attraverso la memoria e la rappresentazione della storia. Il museo non è un non-luogo, per me è un luogo che vive e che ha un'identità". Anche per una studentessa, "il museo è un

luogo per ricordare ... per riflettere su quella che è la nostra vita ... non sono in grado di dare una definizione ... è un luogo affascinante dove la gente deve sentire il bisogno di andare".

Secondo un altro visitatore, l'arte contemporanea non deve essere spiegata, perché "comprendere l'arte contemporanea e spiegarla è la dichiarazione di una sconfitta, la vedo come una resa. L'arte contemporanea può farsi capire da sola perché non la trovo meno comunicativa di quella moderna". Il "bello" nell'arte contemporanea si comunica anche attraverso "forme strane" perché, secondo un'altra studentessa, "se raggiungono una forma di quiete possono essere considerate belle ... non c'è più la limitazione al bello classico ... non c'è più la ricerca del bello assoluto. Più che bello, trovo che si parli ormai di equilibrio, di una cosa che trova una completezza nell'insieme... Dell'arte del Novecento, ad esempio, condivido le tematiche ... io personalmente sento l'Ottocento come lontano, mentre ritrovare quello che l'artista ha proposto e vedere che è una cosa che hai sentito anche tu, è bello! Qui ad esempio in Galleria è molto interessante Burri, Balla e le figure di Giacometti... poi ovviamente la mostra di Mambor! ... Mah, non so, è una idea mia, ma l'arte contemporanea è più dinamica, più vicina al concetto di musica. Per questo è interessante la possibilità di incontri con artisti qui in Galleria, perché è bello vedere dal vivo chi produce opere d'arte, senza doverlo solo immaginare". Anche un altro visitatore sostiene che "poter chiedere ad un artista cosa pensava quando dipingeva è sempre stato un mio sogno, anche perché, l'arte dovrebbe affinare l'anima... dovrebbe educare la gente per migliorarla. Educarla esteticamente e far accettare la sensibilità degli altri... Se l'arte fosse maggiormente insegnata nelle scuole noi tutti avremmo una sensibilità diversa. Un museo come la GNAM mi distende, mi dà un sentimento di pace, mentre il Museo di Arte Moderna di New York mi sconvolge l'anima, mi scompiglia, mi spettina dentro... Quando vado a visitare un museo divido il percorso per concentrarmi in determinate parti, perché altrimenti si rischia di perdersi, anche se la GNAM la trovo ben fatta, si riesce a seguire il percorso che va dal secolo XIX al XX, mentre in altri musei, invece, che partono ad esempio dal XIV secolo, c'è un po' di tutto, è difficile seguire il percorso, lì sì, ci si affatica. Per me il museo è un viaggio introspettivo ... poi ci sono dei colori che mi rimandano a determinati ricordi... Dentro di me, quando sono

qui, mi pongo il problema di come vedevo l'opera a tredici, quattordici anni e come la vedo adesso". Per un'altra visitatrice, il "bello" nell'arte è la perfezione delle forme, in tal senso afferma "il candore del marmo bianco, perfetto, rimanda alla bellezza neoclassica, ai principi di Winckelmann. Per me personalmente è armonia, purezza. Ho visto queste opere così grandi rispetto a me già quando io ero una bambina minuta. Il bello è nell'opera di Canova. Qui alla GNAM è importante anche l'*excursus* che va dal XIX al XX secolo, all'arte odierna, anche per chi non ha una grande conoscenza dell'arte, entra qui e viene a conoscenza dei mutamenti storici e conseguentemente artistici. È un modo per farsi una cultura. L'arte contemporanea, invece, è assolutamente in linea con le tendenze odierne della società ... frutto dei nostri tempi ... shockante e sconvolgente come quello a cui quotidianamente ci troviamo di fronte".

La continuità tra i due secoli artistici presenti alla GNAM è un aspetto interessante anche per una studentessa dell'accademia d'arte perché "è importante la continuità tra i due secoli esposti in Galleria che vanno dall'Ottocento al Novecento, anche per l'arte riferita al periodo fascista. È importante parlare ancora di bello nell'arte contemporanea, anche se è molto difficile stabilirlo e ricercarlo, perché a volte sembra quasi di essere davanti ad una provocazione, specie nell'arte degli ultimi decenni. Penso che anche da parte degli artisti contemporanei il riferimento al bello sia sempre valido. Dal Medioevo fino ad oggi, il concetto di bello è cambiato. Ora ci troviamo davanti a un concetto diverso ma pur sempre di 'bello'. Per quanto riguarda l'allestimento della Galleria, inoltre, secondo me l'allestimento è fatto benissimo. Anche l'arredamento delle sale. I veluti rossi nella parte dell'Ottocento, mentre lo stile più lineare, le pareti bianche nella parte del Novecento è giusta". Anche per uno studente di architettura è interessante l'accorpamento dei due secoli artistici legati da una continuità storica, perché pensa che "non esiste un periodo più interessante dell'altro, l'Ottocento non è più importante del Novecento o del Settecento ma esiste una continuità, perciò, è giusto che l'arte dei due secoli sia presente nello stesso museo. La continuità in arte c'è sempre, perché comunque ogni artista prima di confrontarsi con se stesso si confronta con il passato. L'arte dell'Ottocento è sicuramente interessante, però, guarderei al Novecento, perché dà diverse espressioni: è giusto, perciò, avere un occhio al presente e uno anche al futuro. L'arte deve

avere la capacità di comunicare, si può avere anche una sensazione di fastidio, non deve essere per forza qualcosa che ti fa stare bene. Può essere anche un messaggio contrario. Secondo me, l'arte ruota intorno alla comunicazione, il modo migliore per lasciare un messaggio allo spettatore è la comunicazione visiva. Le immagini che vengono raccontate. Oggi l'arte ha un ruolo completamente diverso. Diversi modi di apprendimento ci consentono di vivere l'arte in maniera diversa. Noi oggi la viviamo come qualcosa che prova ad arricchire la vita, non si può dire che è il bello o brutto. Noi possiamo percepire lo spazio, il messaggio, l'interazione con l'opera. È l'opera che parla. L'importante nell'arte contemporanea è vivere le rappresentazioni, che sono anche emozioni. Emozioni che deve dare il linguaggio dell'arte contemporanea. Ad esempio la mostra di Mambor qui in Galleria, mi ha dato la sensazione di sospensione. Anche quella che c'è stata del Gruppo T, me la ricordo bene, rappresentava per me lo spazio vettoriale. È stato divertente capire e vedere questi grandi del passato degli anni Sessanta e Settanta, è importante per noi giovani poterli vedere oggi. Questo è il bello delle gallerie, dei musei". L'arte contemporanea è più appassionante anche per un'altra studentessa intervistata, perché secondo lei "è più filosofica, l'arte realista, invece, ognuno la può vedere nella sua bellezza oggettiva. È più interessante l'arte astratta anche se non è subito percepibile, ma più appassionante. Le opere di Fontana sono spiazzanti, perché possono esprimere tutto come niente. Perciò, il bello è comunque l'emozione che ti provoca l'autore attraverso l'opera. Penso, inoltre, che l'arte può essere capita e apprezzata da chiunque, perciò bisognerebbe avvicinare più persone ai musei anche quelle meno abbienti, perché l'arte non è un fenomeno di élite".

Due visitatrici hanno orientamenti opposti riguardo alla comprensione dell'arte contemporanea, perché secondo una delle due intervistate "è necessario avere una cultura specifica per apprezzare l'arte contemporanea, per esempio io non ho mai apprezzato il Futurismo e tutto ciò che riguarda quel periodo. Io non apprezzo il Futurismo mentre lei lo ama". L'altra visitatrice afferma: "io amo il Futurismo al di sopra di ogni cosa". Anche per un altro intervistato, che svolge la professione di medico ed è di nazionalità albanese, l'arte contemporanea ha una sua poetica, perché "nelle opere di Fontana c'è poesia, perché l'arte oltre a copiare la natura può trasmettere delle emozioni a prescindere. Secondo me il 'bello' nel-

l'arte contemporanea, è ciò che dà emozioni. Il museo, invece, è un posto dove poter uscire dalla routine quotidiana, entrare in un mondo anche un po' fantastico, che ti porta oltre quelle che sono le banalità della vita e ti offre una visione diversa di quest'ultima. È un luogo che ti avvicina alla tua vera essenza, a quello che sei". Tra le immagini delle opere della mostra del Simbolismo, una visitatrice è rimasta colpita da un'opera in particolare: "dalla fiamma verde che aveva in mano la morte, stranamente dava un senso di serenità, perché penso che le opere devono suscitare dei sentimenti nell'osservatore. Anche l'atmosfera dell'allestimento della mostra del Simbolismo è stata molto particolare. Soprattutto le incisioni sullo sfondo rosso. Anche i pannelli esplicativi della mostra mi sono interessati. Ma l'opera che ricordo di più è la donna velata sullo sfondo della casa romana (Böcklin), nella prima sezione, e poi ...Ah... stupendo, un quadro fantastico è 'La morte e il becchino', ho gusti un po' macabri. Anche 'Lo specchio della vita' di Pellizza da Volpedo è molto bello. Ha un impatto stupendo quel quadro".

Per un'altra visitatrice, il museo è un punto d'incontro, perché "è un luogo che accoglie l'essere umano e la sua espressione che è l'opera. Quindi è proprio il punto d'incontro tra l'artista, tra l'arte e la persona che poi ne fruisce. È un punto d'incontro tra l'artista, le persone, l'arte e la modernità. In fondo l'arte non è solo una bella cosa che si guarda, non è questo. L'arte nasce proprio da un punto interrogativo da un'esigenza di esprimere un mondo che poi attraverso l'opera si apre allo spettatore, lo coinvolge. Questo è un museo, un punto d'incontro alla fine tra due mondi che sono qui davanti e si incontrano. Più è ricco, vario, stimolante, secondo me, e più il pubblico lo può apprezzare. Credo, inoltre, che sia fondamentale organizzare degli incontri tra pubblico e artisti, perché la Galleria è un luogo di incontro non solo con l'opera, è un incontro tra persone, tra l'artista e chi osserva. È un momento di scambio, ce ne vorrebbero parecchi di incontri come questo e scambi anche tra artisti. Ci sono artisti che magari umanamente sono orribili, però, le loro opere sono grandiose. Ecco... un incontro proprio tra artisti e persone". Un altro intervistato, dirigente regionale, considera, inoltre, il museo "un posto dove mi sento felice, non è solo un contenitore di opere d'arte, ma un luogo dove raccogliere le idee che stimola la fantasia e dove accogliere e confrontare anche le idee degli altri. La felicità che sento è l'entusiasmo, la

partecipazione emotiva, un interesse profondo anche per la conoscenza, non intesa in modo razionale ma come sentimento. È un posto dove mi ritrovo, trovo me stesso, i miei sentimenti, il mio mondo interiore ... è qualcosa di esaltante per me". Anche l'allestimento della Galleria è un elemento di coinvolgimento emotivo per una visitatrice di nazionalità giapponese, perché secondo lei "l'allestimento è affascinante per il sentimento così solare che le opere emanano, a parte quelle più contemporanee ... provo un sentimento di serenità". Della mostra di Arturo Martini allestita in Galleria, una visitatrice italiana afferma: "l'allestimento è bellissimo, ho imparato molto su Martini, che prima non conoscevo, e tra l'altro il percorso fa vedere come matura la personalità dell'artista. Ritengo, inoltre, che sia importante organizzare degli incontri con gli artisti contemporanei, conoscerli anche personalmente. In questo museo, inoltre, c'è una sensazione di vivacità da parte del personale, non ci sono i soliti pensionati ma si capisce che i giovani si sentono partecipi".

Secondo un'altra visitatrice la collezione delle opere della Galleria "è molto ricca in generale, ma forse alcune opere dovrebbero avere maggiore visibilità, alcuni quadri non si possono godere pienamente, perché il museo non è un contenitore, è un luogo nel quale si entra e si vive un momento della propria esistenza e delle proprie emozioni. Sarebbe sbagliato considerarlo solo un contenitore, anche perché quando si entra in un museo si mette in gioco la propria emotività. Penso, inoltre, che le opere non dovrebbero avere bisogno di una spiegazione ... questo è un dibattito infinito, diciamo che secondo me, le didascalie possono essere importanti se si vuol fare avvicinare il visitatore al contesto storico e artistico dell'opera, ma non rispetto all'artista, perché potrebbero diventare fuorvianti. Il pittore o lo scultore intendono imprigionare un momento che è eterno, proprio fuori dal contesto. L'opera d'arte dovrebbe fissare questo percorso per poi diventare immortale diciamo ... e deve anche superare le barriere culturali, perché io bambino europeo posso avere amico il bambino africano e siamo tutti uguali di fronte ad un'opera d'arte. Credo che lo strumento per comprendere l'opera d'arte siamo noi stessi, il contesto può essere utile, non so se può essere un box interattivo al quale una persona può accedere se vuole. Penso, inoltre, che nell'arte contemporanea la ricerca del bello è stata lasciata per dare spazio a delle ricerche emotive, per far evocare delle emozioni specifiche. Mentre prima

si dava la possibilità alla bellezza di affascinare, di attrarre, essa stessa di evocare, di ricordare, di ammirare, di essere spirituale quasi, come quando mi metto ad osservare un volto, oggi con la tecnica nell'arte contemporanea non è più così. Ad esempio a me piace molto Fattori, Segantini... ma ce ne sono tanti. Quest'arte è una cosa che nell'arte contemporanea è stata accantonata per far posto ad altre emozioni, perché c'è l'urgenza di raccontare la drammaticità della follia, della devianza. In questo secolo c'è la follia della guerra, permea proprio il nostro tessuto sociale". La Galleria, inoltre, è un luogo del mistero, afferma una visitatrice italiana che svolge la professione di interprete, perché "a me ricorda molto Belfagor. La Galleria è per me uno spazio misterioso da scoprire, mi riporta al mistero. Il mistero è il fatto di dover svelare quello che un artista ci vuole trasmettere. Questo è molto bello. Credo, inoltre, che sia interessante organizzare dei percorsi adatti per i bambini, anche perché quando si avvicina un bambino all'arte è un potenziale visitatore del domani. Sarebbe interessante, inoltre, organizzare un luogo a metà tra libreria e caffetteria dove sorseggiare un caffè e parlare d'arte, come avviene già in altri caffè librerie della città".

Per un visitatore di professione architetto e docente universitario, il museo ha un doppio significato perché "deve essere estremamente tradizionale ed estremamente innovativo. Tradizionale, perché una persona in un museo va a vedere delle cose che devono essere esposte e che devono essere di grande importanza, ed innovativo, perché deve richiamare un grande pubblico. La mostra di Del Debbio è importante, perché porta all'attenzione della gente la figura di Del Debbio anche ai non addetti ai lavori. Non come accade per i maestri del Rinascimento, come accade per il Bernini, dove per trovare un disegno occorre cercare anni. Credo, inoltre, che le didascalie e il materiale informativo siano indispensabili. Il bello nell'arte contemporanea, inoltre, è un problema da cento milioni di dollari, perché è attuale, non solo dal punto di vista estetico, perché suscita delle sensazioni e si identifica con una sensazione estetica che ognuno ha. Chi dice che il bello non si ricerca più nell'arte contemporanea sbaglia... Il bello è da comprendere. Io non ho un concetto di bello tradizionale. Noi architetti progettisti non abbiamo mai cercato il bello oggettivo, ma quello che sentivamo dentro... Ad esempio Bilbao, possiamo dire che è un esempio di emozione fortissima ... se avessimo

dato retta al marketing, questo non avrebbe mai potuto chiedercelo o commissionarlo. Anche perché il mercato non produce nulla, sono gli artisti che producono. È importante, inoltre, portare i giovani nei musei e organizzare degli incontri con gli artisti. Anche perché quello che riesce a dare l'arte, è un'emozione estatica nella quale perdersi. Il momento artistico potrebbe essere il cuneo di rottura nella cultura giovanile. Conoscere l'arte significa trovare nell'arte l'estasi. È un'ottima idea anche l'espedito di utilizzare la musica durante la fruizione delle opere, è una grande cosa, come avete fatto qui nella mostra che c'è stata su Sante Monachesi, è venuta benissimo, era divertentissima⁴.

Il museo è un luogo di ricordi anche per un'altra visitatrice che svolge l'attività di casalinga, perché racconta "ho molti ricordi in questa galleria che mi rimandano indietro nel tempo. Il silenzio mi evoca dei pensieri. Fa bene venire in una galleria d'arte piuttosto che vedere sempre la televisione. È un luogo che fa bene all'anima, conoscere gli altri, ossia gli artisti attraverso le opere, è come conoscere l'anima dell'altro. Visito spesso i musei anche d'arte antica. Penso, però, che non tutti possono acquistare il catalogo della Galleria, sarebbe più utile una guida nelle varie sale, dei depliant anche per invogliare i giovani e per trasmettere a casa quello che hanno visto. Io frequento i musei quando posso e poi vado spesso anche all'Auditorium, anche se noi casalinghe abbiamo tante cose da fare. Ma il desiderio di provare emozioni mi spinge ad andare in un museo o galleria d'arte, ad esempio a me piacciono molto gli impressionisti, perché viene da sognare quando si vede Monet, che poi è una delle definizioni che ho dato nel questionario. Io quando vengo qui mi rilasso e non penso a tutti i problemi che uno può avere a casa. Anche le didascalie dei quadri le trovo abbastanza esplicative, sono stata anche a Parigi al Louvre e al museo degli impressionisti, però, qui dovrete esporre più manifesti in giro per la città. Inoltre, anche se non ho una cultura artistica, mi farebbe piacere partecipare ad altri incontri come questo e anche a degli incontri con gli artisti per ascoltarli, anche per i giovani è importante, perché ad esempio ai miei figli e ai giovani d'oggi è stata data poca formazione artistica, questo dispiace perché l'arte arricchisce, ed il museo è un luogo di contemplazione dove c'è silenzio, lo dico sempre a mia figlia: vai in un museo. Anche se credo che ci dovrebbe essere del materiale da dare ai giovani, anche materiale audiovisivo, per formarli al-

la visita. Si devono incuriosire, cosicché pensino: chissà com'è dal vivo osservare le opere. Anche attraverso internet, oggi è il metodo di comunicazione più vicino ai giovani.

Per una visitatrice che svolge l'attività di casalinga, il museo e l'arte sono dei momenti di gioia e di raccoglimento: "andare al museo è un momento di gioia, che allontana i pensieri e dà emozioni molto piacevoli. È un momento di concentrazione. Ha ragione quella visitatrice che l'ha definito un'isola, in effetti ... si capiscono le esperienze del vissuto. Ci si capisce e ci si ritrova attraverso l'arte nelle esperienze degli altri. Ad esempio molti anni fa seguivo delle visite guidate, andavo con una mia amica che è architetto. Oggi non più, vado possibilmente quando c'è poca gente o quasi nessuno. La mia amica architetto mi diceva: devi andare, vedrai che bello ... ti metti davanti al quadro e vedrai che emozione che ti trasmette. Effettivamente è vero ... nel tempo è vero, è una buona cosa, senza sapere quello che il pittore ha fatto o non ha fatto. Per me la visita al museo è un'esperienza individuale, senza bisogno della guida che mi dice 'vedi questo, vedi quello' perché mi distrae dall'emozione che mi dà l'opera. Casomai, preferisco le audio-guide, sono utili, mentre mi piacciono meno le visite guidate con la gente che parla forte. Secondo me la mostra andrebbe guardata in silenzio, per capire meglio, perché ripeto l'arte mi dà una grande gioia... sarà anche il periodo della vita. Le dirò, l'arte mi è stata particolarmente vicina quando la mia unica figlia si è sposata ed è andata a vivere in Belgio. Lei mi diceva sempre: 'mamma, papà ti farà compagnia!'. Capirà, mio marito non ama molto andare al museo, e così la domenica mattina, quando tutti dormivano io andavo in giro a visitare gallerie e musei. E con il passare del tempo mi sono resa conto che l'arte è stata preziosa per me. Ha scacciato la solitudine. Mi è stata di grande utilità. Sia la musica che l'arte, mi fanno sentire meno sola. Trovo, inoltre, che la galleria sia organizzata bene, solo alcune sale forse sono troppo dense di opere, perché credo che per un pieno godimento estetico, dovrebbero essere più ariose. La mostra di Mambor che avete fatto qui in galleria, mi è piaciuta molto ... l'invisibile e reale ... Mambor mi è piaciuto molto. Inoltre, penso che il museo debba essere un luogo dove trascorrere un'intera giornata. Quando vado all'estero vedo i passeggi, le famiglie. È un ambiente che va vissuto insieme. A Bilbao c'erano dei bambini di tre, quattro anni che erano guidati dalla maestra.

Loro seguivano con la manina un serpentone di stoffa, la maestra spiegava, e loro l'ascoltavano incantati. La maestra non se ne perdeva neanche uno. Il papà finiva la coda. Erano in quindici".

Un'altra visitatrice che svolge la professione di insegnante pensa che per comprendere l'arte contemporanea è necessario avere una formazione culturale specifica, anche se ritiene che "sarebbe interessante farla comprendere, capire è importante, però non sempre è facile, perché per capire ci vogliono delle premesse, secondo me se si riuscisse intanto a creare l'emozione, a creare le sensazioni... l'arte contemporanea si potrebbe associare alla musica, ai suoni, sono importanti. Anche perché io credo che gli artisti tutto sommato vogliono suscitare soprattutto delle emozioni. Forse poi con le emozioni si chiarisce anche il concetto dell'assenza di gravità, come per la mostra di Monachesi. Però è un fatto proprio sensibile, non intellettuale. Prima la sensazione. Comunque credo che il museo oltre ad essere un luogo dove osservare e quindi provare emozioni, è anche un luogo dove si impara qualcosa, quindi sicuramente sono importanti le indicazioni che vengono fornite".

Il museo è percepito dai giovani come una chiesa, afferma un visitatore che si definisce "un cacciatore di musei" (prima di andare in pensione svolgeva la professione di ingegnere) e pensa che "i giovani non vanno nei musei, perché pensano di annoiarsi, per loro è come una chiesa, a me invece è sempre piaciuto. Per i ragazzi, invece, un museo non è uno spazio aperto è un luogo solo istituzionale. Per me è un posto dove rivivere il passato, ed il passato è futuro. Il passato è imprescindibile per capire il presente. Ad esempio i miei nipoti venivano portati dal padre a vedere i musei, poi hanno avuto una crisi di rigetto. Quindi bisogna avere una preparazione culturale, se non si è maturi per digerire poi si fa una indigestione. Per me il museo invece è un luogo dove provare piacere, un edonismo estetico, in questo io mi ritrovo in Epicuro: il migliore vantaggio di bastare a se stessi è la libertà. Dovreste ascoltare i giovani, le loro proposte, mettersi in contatto con i mass media, perché bisogna arrivare a quello che più la gente vede, è importante che la televisione dedichi più tempo all'arte. Noi in Italia abbiamo tante cose belle. Io sono un cacciatore di musei". "L'allestimento della mostra di Del Debbio che avete fatto qui in galleria è molto interessante", afferma un visitatore che svolge la professione di architetto: "ho letto un articolo sul giornale su Del Debbio

che mi ha dato tanta gioia, è la bellezza dell'allestimento e delle opere che danno gioia. Questa scoperta che ho fatto su Del Debbio è collegata alla gioia di vedere cose nuove che danno la sensazione di felicità, ciò porta a questo piacere di imparare e di vedere. È importante organizzare incontri tra i giovani e gli artisti come state facendo, perché anche in Belgio mi è capitato di vedere una cosa simile. Nei musei di Copenhagen ad esempio i bambini vedono, guardano e poi copiano e plasmano la creta. Il museo è uno spazio di creatività". "L'idea di chiamarci per intervistarci è una grande idea, è il museo che viene a casa", sostiene un visitatore che afferma inoltre: "Del Debbio si ispirava a tutto, lui si richiamava alle botteghe del Cinquecento, era un musicologo e aveva amici letterati, pittori e scultori. Ad esempio vedendo una giornata così bella si sarebbe ispirato, era un poeta. La mostra di Boldini qui in Galleria è stata molto emozionante e anche quella di Loos anche se penso che avvicinare i giovani all'arte sia difficile, perché loro sono un universo a parte. Tuttavia credo che il linguaggio musicale potrebbe accompagnare la visione delle opere, potrebbe predisporre l'animo, aiuterebbe a capirle". Per un altro visitatore, ex dirigente del CNR, il museo è un "arcobaleno", perché è "una raccolta, un insieme di emozioni. Perché ognuna delle varie opere trasmette qualcosa. Come per la musica, così nella pittura le sensazioni sono fatte come un arcobaleno. Insomma io non rigetto la pittura e l'arte moderna, così come non rifiuto la musica moderna e ugualmente mi piace la musica barocca oppure classica. E così diciamo che il museo è una raccolta, un insieme di emozioni. In effetti quello che uno prova è un'emozione, per esempio, Burri non lo capivo fino a qualche anno fa; però guardando Burri, dopo tanti anni mi rendo conto che in genere l'arte contemporanea fa parlare le cose, magari lo stesso Capogrossi – anche se mi piace di più Burri che Capogrossi, ma Capogrossi ha avuto tutta una storia classica precedente, perché faceva figure proprio alla maniera dei classici... Quindi di fronte ad un quadro così non abbiamo solamente un legno o una plastica, ma abbiamo il legno e la plastica che ci parlano attraverso la sensibilità dell'artista e parlano alla nostra sensibilità per quello che possiamo recepire. Per esempio a me piace molto Jean Pootie che sta nella sala insieme a Giacometti. C'è un quadro che si chiama 'Tempo d'estate' ed è un quadro assolutamente moderno. Per esempio le opere di Vedova si comprendono solo se si è su quella lunghezza d'on-

da, trasmettono delle emozioni. Io ho visto che nel corso della mia vita abbastanza lunga, ho modificato il tessuto emozionale, nel senso che rimangono le emozioni trasmesse dalle opere d'arte classiche e si sono aggiunte nel corso degli anni le emozioni che mi danno queste opere, che all'inizio erano anche criticate (Vedova e Burri). Invece loro fanno parlare le cose attraverso le loro sensazioni e se noi siamo sulla stessa lunghezza d'onda per recepire le sensazioni, allora le sentiamo. Quindi il museo è un insieme di emozioni. È come un arcobaleno: non si rifiuta il violetto perché c'è il rosso, ma c'è tutto. A un certo punto ci si pone in prospettiva ed è come se lo sguardo diventasse più acuto, si sintonizzasse; ci sono degli animali che vedono l'ultravioletto per esempio, e quindi noi guardiamo un panorama, un grande arcobaleno e ad un certo punto ci possiamo sintonizzare sui vari punti dell'arcobaleno. Alla fine avviene un momento della vita nel quale riesco a sintonizzarmi sulla lunghezza d'onda anche di Vedova che apparentemente ti propone una serie di segni e di macchie, ma sono anche queste delle comunicazioni. Si è sintonizzato qualcosa nella mia anima nel mio background grazie al quale loro iniziano a trasmettermi dei segnali. Certe volte vengo qui e mi siedo anche per quindici, venti minuti davanti a queste opere di Burri che vent'anni fa non avrei capito, ma non dipende dalla maturità, perché equivarrebbe a dire che chi non si siede per dieci minuti davanti alle opere di Burri è un immaturo, mentre invece è solo una questione di sintonie, di percorso esperienziale, di emozioni. 'Le stelle', 'Le sorelle' sono meravigliose, 'Le collegiali' ... insomma ce ne sono tante. E poi quello che è bello è che l'artista attraverso la materia crea una disposizione e può trasmettere delle emozioni, cosa abbastanza ovvia, però a volte lascia parlare le cose senza quasi introdursi. Per esempio a me piace molto l'autoritratto di Guttuso e vicino c'è la madre, mi piace molto Saba dipinto da Levi: in quel dipinto Saba sembra un fiore che sboccia; si vede solo questa faccia, questo volto di Saba; Saba è il volto del poeta, è la poesia. Quando mi siedo davanti a Burri sento che la materia mi trasmette attraverso la sensibilità dell'artista una sensazione e quindi una doppia sensibilità: quella dell'artista che ha messo insieme questa materia, la materia che mi parla e poi la mia sensibilità per formare un dialogo. Ho visto la mostra di Martini qui in Galleria e mi è piaciuta moltissimo, io l'avevo già vista qualche settimana fa, ho preso il catalogo. Per esempio c'è quel be-

vitore di Martini, quella pietra che beve è una cosa straordinaria, è meravigliosa. Conoscevo delle persone che erano state ritratte da Levi e mi ricordo una volta che una di queste persone mi portò in una stanza in cui c'era questo ritratto di Levi che ha una grandissima capacità di rendere uno stato d'animo. Ma anche 'Le frecce' di Balla è meraviglioso, e così 'Le spose dei marinai' di Campigli, 'La solitudine' di Sironi. Io non mi stanco mai del museo. Noi siamo come dei vasi che ci riempiamo di sensazioni stando a contatto con le cose che ce le trasmettono, semmai più che affaticamento è una sensazione di pienezza e di completezza; uno se ne esce soddisfatto, affaticato mai. Le opere d'arte possono diminuire la sofferenza, il disagio che c'è inevitabilmente considerando la nostra impossibilità di vedere l'essenza delle cose. Questo dà un senso di frustrazione. In questo senso la musica, la poesia, la natura ... sono tutte cose belle. Il bello è il miracolo della natura: l'arte è così, è un mandarino preso dall'albero. Cioè qualunque cosa che brilla e ti trasmette un'illuminazione è bella, la luce delle cose. Trovo, inoltre, che i percorsi di questo museo mi vanno benissimo. Le opere di Burri sono molto vicine alla dodecafonìa quindi a Shönberg, mentre nell'Ottocento c'è Mozart; alcune sale sono decisamente Chopin; de Chirico non è né Chopin né Mozart al limite nel periodo metafisico potrebbe essere Beethoven. Un quadro è anche musica, la musica è anche poesia e la poesia è anche un quadro: sono tutti volti di una stessa medaglia tutti riconducibili ad un arcobaleno".

Due visitatori ricordando la GNAM, raccontano: "venivamo sempre alla GNAM sin da giovani, sia per passione, sia perché amavamo il bello. Io in particolare dipingevo da giovane, poi ho smesso, quando non ricordo chi ha fatto una dichiarazione, che 'il bello è una elucubrazione della mente', non ci sono più stato, ed allora ho deciso di smettere. Mi sarebbe piaciuto viaggiare in giro per l'Europa con le mie tele a dipingere, ma poi sono stato vigliacco e non me la sono sentita di lasciare la mia famiglia. Mi sarebbe piaciuto vivere alla giornata con le mie tele, ma poi mi sono tirato indietro. Anche perché per me il bello è la bellezza di un'immagine, e non è possibile esprimerla, a me non importa la biografia e il contesto. Per me l'arte è amore con altri sentimenti' per questo penso che il bello è quello che suscita emozioni al novantanove per cento degli uomini". L'altro intervistato afferma invece: "per me il bello non esiste, è

un concetto astratto, non c'è definizione, è un concetto soggettivo. Penso, inoltre, che l'arte è il letto di un fiume umano nel senso che gli uomini passano nei secoli ... l'arte rimane sempre".

Un'altra visitatrice che svolge l'attività di insegnante pensa che "il bello si può trovare tantissimo nell'arte contemporanea ma deve esserci sempre una conoscenza. Il bello può essere nell'Ottocento ma anche in un'opera di Burri ad esempio. Non so come potrei definirlo. Possiamo pensare che il bello nell'arte contemporanea si leghi alla percezione individuale. Un'emozione individuale sempre in tutti i periodi. I ragazzi delle medie li porto sempre ad avere un rapporto con l'arte contemporanea: le opere di Burri sono piaciute tantissimo. Un ragazzo sin da piccolo deve abituarsi a rapportarsi all'opera. Educarli all'opera. È interessante organizzare dei gruppi, delle discussioni sull'arte dell'Ottocento e del Novecento. Anche perché la Galleria ha degli spazi. La conferenza è più passiva. Sarebbe interessante, inoltre, creare degli spazi virtuali per l'arte contemporanea. Persone di una certa età raramente vengono in una galleria d'arte moderna, in questa forse di più perché c'è l'Ottocento. Ci sono delle opere molto interessanti e interessante è anche la storia dell'edificio, della Galleria. Come è nato, perché è nato".

Un visitatore, dopo la visita alla Galleria, ricorda in particolare un quadro che "rappresenta mi sembra un elefante: è una cosa semplice che però mi ha dato una sensazione di tranquillità... Il museo, infatti, per me è un luogo che crea del piacere visivo, dove si riesce a provare delle sensazioni gradevoli, o almeno è questa la percezione che ho. Beh... è soprattutto una sensazione visiva, poi dopo si crea anche qualcosa che ti fa riflettere, ti prende nell'intimo. Questo dipende dall'opera che ho davanti. Bene o male mi trasmette un messaggio, oltre alla sensazione visiva mi dà anche qualcos'altro. Diciamo che le opere qui davanti (sala Burri) si allontanano un po' da quelle che io gradisco di più, ossia la pittura dell'Ottocento e anche quella della prima metà del Novecento. In alcuni casi, però, mi riesce più difficile interpretarli, mi rimane soprattutto la sensazione visiva, che a volte ti colpisce per l'accoppiamento dei colori, le forme, queste cose qui; però se dovessi andare più a fondo non avrei la preparazione necessaria e quindi mi rimane soltanto questo impatto visivo. Da un'opera io non cerco qualche cosa di particolare ... entro dentro un museo con la sicurezza di trovare qualche opera. Penso che forse gli

artisti contemporanei cerchino soprattutto l'impressione, di colpire, di meravigliare lo spettatore, mentre l'arte figurativa voleva rappresentare di più la natura, la vita, le sensazioni che il pittore provava in quel momento e che poi venivano trasmesse a chi guardava il quadro. Dell'arte del XIX secolo, esposta qui in Galleria, ci sono dei pittori di quel periodo che mi hanno colpito di più anche per quello che mi capitava di vedere nei libri di scuola ... ora non so se ancora oggi può essere così con i libri di storia e di letteratura italiana visto che siamo in un periodo in cui viviamo poco di immagini di questo tipo... siamo bombardati continuamente da 'riproduzioni visive' con la televisione ecc. mentre una volta se volevi guardare un'immagine dovevi andare in una chiesa o in un museo.

È importante fornire le informazioni ai visitatori, per esempio brochure, anche perché chi visita un museo non ha quasi mai tempo sufficiente per vederlo con calma, così invece si può scegliere e, saltando la parte che interessa di meno, si passa direttamente a quella a cui si è maggiormente interessati, anche perché credo che la maggior parte della gente che va in un museo abbia bisogno di un approfondimento per poter leggere meglio l'opera, per capirla. Tra le mostre della Galleria ricordo anche Van Gogh, c'era una presenza di massa, una grande attenzione. Penso che l'arte più diviene un fenomeno di massa più viene apprezzata".

"Il museo è qualcosa che mi piace e mi fa bene dentro, è come una piccola isola – afferma un'altra visitatrice in compagnia del marito di nazionalità olandese – quando la trovo, ecco ci torno sempre di nuovo, proprio perché cerco le cose che mi fanno bene dentro, per questo penso che l'opera d'arte deve parlare subito non tramite diecimila spiegazioni. È il mio rapporto con la cultura: con la mia minima cultura, con la mia sensibilità più che con la mia cultura. Il silenzio ecco, è il silenzio importante anche nelle gallerie d'arte più moderne. Comunque anche se non c'è il parquet, gli archi, le colonne, le cose, l'importante è che ci sia lo spazio e il silenzio dove una persona si può immergere con la propria reazione davanti all'opera d'arte e stare lì e sentirla, ecco perché cerco l'isola, io poi personalmente amo le isole piccole, più sono piccole più mi stanno bene, quindi ecco perché mi piacciono i musei. Le opere di Balla mi entusiasmano, mi piace tantissimo, ma anche Mondrian; di Balla mi piace soprattutto la luce ma la tela alla Fontana, no, la rifiuto proprio, vado pure sulle barricate per dire che la rifiuto. Di solito appunto vengo qui in Gal-

leria a vedere le mostre. Ultimamente frequento molto di più la Galleria rispetto a dieci anni fa, è migliorata molto. Sarebbe interessante creare anche dei percorsi per i bambini delle scuole, perché possono vedere l'arte con un'ottica diversa che è anche a volte più fresca, più ingenua ma anche più spontanea. Le opere d'arte viste dai bambini e raccontate da loro.

Io, inoltre, ho un'osservazione da fare sul nome della Galleria: quando parlo con i miei conoscenti anche stranieri mi riesce difficile dire Galleria nazionale d'arte moderna se penso al Museo d'Orsay o al MAXXI, perché non possiamo trovare un'altra espressione, Valle Giulia, "ValGiu" – ancora peggio come espressione – ma sono convinto che è una cosa diversa da GNAM, si può trovare, è infelice questo nome. Non suona bene, è un'ingiustizia per un museo così bello".

Per un visitatore che svolge l'attività di informatico il museo dovrebbe essere "una struttura aperta, anche il bar della Galleria è stato fatto in modo molto gradevole. È un primo passo per dire 'ok, ci vuoi trascorrere una giornata puoi farlo'. Andare al museo o in una galleria desta in me di tutto: sensazioni, riflessioni sui massimi sistemi della vita. Io vengo qui per imparare, io dipingo anche. Mi ricordo quando al Louvre stavo con il naso appiccicato ai quadri di Manet con le dame in campagna con il vento, a vedere come aveva dato la pennellata. Anche i concerti che fate qui, 'Les Fleurs Bleues' sono interessanti. Sì, io mi butto a pesce su queste cose, anche le presentazioni di libri. Io sono per l'apertura di tutte le porte... porte spalancate alla cultura, ovvero la cultura deve essere cercata, ma deve cercare la gente, soprattutto in Italia".

Due visitatori considerano Afro al pari di Velázquez: "noi architetti vediamo che quello che succede nell'arte contemporanea succede nell'architettura, c'è una grande confusione in giro, c'è un atteggiamento di vita a metà, poi io sono appassionato di Matisse e Bonnard... Anche Afro è grandissimo, è riuscito a dipingere quanto ha fatto Burri ma con linguaggi diversi. Io trovo che Afro sia ancora più coraggioso di Burri... È paragonabile a Velázquez. Pensiamo, inoltre, che l'arte sia 'l'arresto del tempo', come la definisce Bonnard. Per dire che diventa solida una percezione creativa". Il museo è anche un "viaggio", afferma una visitatrice, perché "deve essere un viaggio tra il passato e il presente, da Previati a Guttuso alle installazioni, il bello bisogna saperlo proporre, perché l'emo-

zione che dà un'opera è ciò che fa riflettere su se stessi. Stimola la profondità della persona". "La cosa più esaltante che si possa provare nell'arte, afferma un altro visitatore, è la sensazione del mistero, perché è misterioso Vedova, è misterioso Balla, è misteriosa questa possibilità che ha la natura di esprimere se stessa".

Queste osservazioni e riflessioni dei visitatori sul museo e sull'arte contemporanea trovano riscontro anche negli orientamenti del pubblico rilevati dai risultati dell'indagine quantitativa: il museo viene definito e percepito nell'ambito della dimensione emotiva e sociale dal 31% dei visitatori italiani che lo definisce un luogo "di esperienze emotive" e "spazio educativo e sociale" attribuendo al museo un valore semantico di luogo che attraverso l'arte suscita emozioni, mentre il 18,8% lo definisce "un luogo di conservazione ed esposizione" e una "istituzione al servizio della società e del suo sviluppo", secondo i parametri dell'International Council of Museums (ICOM). Il pubblico straniero, invece, attribuisce al museo una funzione sociale bassa, perché il 22,2% lo definisce uno spazio "istituzionale" finalizzato alla conservazione del patrimonio pubblico, mentre solo l'8,1% attribuisce al museo anche una funzione sociale. Comparando i risultati emersi con quelli della ricerca svolta nel 1999 da Solima⁶ sul pubblico della GNAM, si rilevano delle differenze: nell'indagine effettuata nel 1999, solo il 14,6% attribuiva alla GNAM un valore semantico di museo/laboratorio, mentre per il 40% del campione, l'immagine del museo era associata a quella del tempio, attribuendo alla GNAM una funzione sociale medio-bassa. Nella presente ricerca, invece, sul totale del campione il 40,9% sembra confermare una funzione sociale medio-bassa mentre si riscontra un'immagine del museo con una funzione sociale medio-alta per il 39,1% del campione. Rispetto alla dicotomia museo/laboratorio e museo/tempio, sembra configurarsi, quindi, un'immagine del museo, quale "centro vitale di confronti e di scambi sociali intensi" e un'immagine, invece, di luogo di mera esposizione e conservazione. L'accezione di museo associata al luogo di "esperienze estetiche" ed emotive si configura anche in riferimento alla categoria del "bello" nell'arte contemporanea, che è stata definita dal 30,1% del campione totale: "ciò che provoca emozioni". La relazione tra la definizione di museo e quella sulla categoria del "bello" sembra delineare, quindi, uno spazio

simbolico nel quale l'esperienza estetica è connessa sia alla dimensione emotiva individuale sia al contesto museale. Nella ricerca quantitativa la categoria del "bello" nell'arte contemporanea è stata esplorata secondo indicatori che attribuiscono distinti valori semantici al fine di descrivere, anche attraverso la comparazione dei dati della ricerca qualitativa, l'universo simbolico e interpretativo del pubblico sulle rappresentazioni artistiche e sulla categoria del "bello". Attraverso la traduzione dei concetti generali in operazioni empiriche legate da un rapporto di rappresentanza semantica si è cercato, perciò, di conoscere e di delineare gli orientamenti dei visitatori in relazione all'assunto teorico della modernità, secondo il quale "il bello, nella varietà delle sue forme sensibili diventa indeterminabile e inclassificabile, sospeso tra il significante e l'insignificante, autonomo rispetto a qualsiasi designazione o referente rigido. Non rinvia che a se stesso o, al massimo, a un crocevia di significati e a una carica di emozioni che si disperdono e si radunano incessantemente"⁶.

¹ J. Canestri, *Forme dei musei*, in "Il piccolo Hans", a. 21, n. 81, Primavera 1994, pp. 67-70.

² Estetica dal greco Aistêtikos che significa sensibile, capace di sentire, percepire. Sentimento, sensazione. Voce introdotta dal tedesco Baumgarten, discepolo di Wolf, che fra il 1750 e il 1758 pubblicò una *Teoria del bello* con il titolo Aesthêtica e denominò in tal modo questa scienza, perché considerò l'idea del bello come una percezione confusa, come un sentimento.

³ Le interviste al pubblico sono conservate negli archivi della GNAM e sono consultabili. Si garantisce il riserbo dei dati personali ai sensi della normativa sulla privacy. Sono state effettuate settanta interviste al pubblico italiano e straniero. Le interviste sono state riportate in forma parzialmente integrale. Le adesioni alle interviste sono

state numerose. I contenuti delle interviste sono riportati letteralmente dai dialoghi con i visitatori. La tecnica utilizzata per le interviste è illustrata nel paragrafo relativo alla metodologia della ricerca sociale qualitativa.

⁴ Finita l'intervista continuiamo a parlare con l'architetto lungo le sale della Galleria e ci racconta nostalgicamente di quando era studente universitario e frequentava l'attigua facoltà di Valle Giulia negli anni della contestazione giovanile e come si sente oggi nel ruolo di docente universitario nella relazione con le nuove generazioni.

⁵ L. Solima, *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma, Gangemi, 2000, p. 119.

⁶ R. Bodei, *Le forme del bello*, Bologna, Il Mulino, 2007, p. 72.

7. L'indagine osservante sulla collezione permanente della GNAM

Stefano Mastandrea

7.1. Introduzione

Per avere una conoscenza più approfondita del visitatore della GNAM è stata condotta un'ulteriore ricerca rivolta a cogliere alcuni aspetti comportamentali che avvengono in modo naturale e spontaneo da parte del visitatore, senza che ci sia un intervento o una richiesta esplicita del ricercatore attraverso interviste o questionari.

Questo tipo di metodologia, definita "osservazione", consente di rilevare una serie di variabili, come la frequenza, il tempo ecc., che caratterizzano il verificarsi di un determinato evento.

È stato utilizzato il metodo dell'indagine osservante con l'obiettivo di condurre un'analisi sistematica su tre diversi aspetti che caratterizzano la visita al museo: a) il tempo di sosta di ogni visitatore davanti ad ogni singola opera della sala; b) il tempo complessivo di permanenza nella sala; c) il percorso effettuato da ogni visitatore all'interno della sala selezionata per l'osservazione.

Si può ragionevolmente supporre che, quanto più tempo le persone trascorrono davanti ad un oggetto d'arte, tanto più questo oggetto possa esercitare attrazione, interesse, piacere o curiosità. Questo vale non solo per le opere d'arte, ma anche per altri tipi di oggetti e contesti differenti da quello museale. Il tempo di osservazione è un indice ormai ben consolidato che viene utilizzato in ambiti disciplinari anche molto diversi (etologia, psicologia ecc.). Per esempio, è utilizzato nelle prime fasi dello sviluppo infantile, in quelle condizioni in cui è difficile, se non impossibile, ottenere informazioni attraverso le modalità più consuete (verbali, di interazione, conversazionali): si misura il tempo che alcuni neonati impiegano per osservare una serie di immagini di complessità differente; dai risultati ottenuti se ne ricava che alcuni moderati livelli di complessità conferiscono alle immagini un forte potere di attrazione dal momento che le fissazioni oculari su tali stimoli fanno registrare tempi più lunghi rispetto ad immagini o molto semplici o molto complesse. Queste misurazioni di tipo osservativo hanno

il pregio di non essere intrusive e di registrare quello che avviene in maniera spontanea nel contesto posto sotto osservazione. È evidente che le informazioni che si evincono da queste misurazioni sono molto essenziali (il tempo, il tracciato oculo-grafico durante l'osservazione di una scena ecc.), ma hanno il pregio di cogliere aspetti naturali non condizionati dalle richieste esplicite del ricercatore.

Per ritornare al contesto museale, non sono numerose le ricerche che adottano questo tipo di metodologia. Smith e Smith¹, da una serie di studi condotti presso il Metropolitan Museum di New York, affermano che una visita è caratterizzata da osservazioni brevi rivolte a molte opere; sono poche le opere che attraggono per un periodo di un minuto circa e sono molto rari i visitatori che impiegano fino a due minuti per guardare un'opera. Se facciamo attenzione alle persone che visitano gallerie o musei notiamo che, in realtà, non sostano per un tempo prolungato di fronte alle opere; in una buona parte dei casi impiegano pochi secondi per osservarle.

Compiere la visita in un museo necessita di una strategia di pianificazione cognitiva (oltre ovviamente a tutta una serie di fattori come motivazioni, disponibilità di tempo e denaro ecc.). È importante sia avere una conoscenza di che cosa c'è da vedere (orientamento concettuale), sia mettere in atto, attraverso una economizzazione delle risorse, un efficace orientamento nello spazio attraverso la scelta di percorsi funzionali che conducano il visitatore attraverso le diverse sale del museo (orientamento fisico)². Il processo cognitivo dell'attenzione selettiva è di estrema rilevanza per poter ottimizzare le strategie di percorso che, spesso anche inconsapevolmente e attraverso un processo di tipo automatico, vengono messe in atto. L'attenzione selettiva può aver luogo attraverso due modalità principali; la prima consiste in un'elaborazione guidata dai nostri schemi (*top down*): per esempio, sapendo che nel museo che visitiamo è presente un'opera che suscita in noi molto interesse, l'attenzione sarà rivolta a selezionare, tra i numerosi oggetti presenti nella scena visiva, quello che corrisponde alle caratteristiche dell'oggetto da ammirare; la seconda è un tipo di elaborazione guidata dai dati in arrivo (*bottom up*) che ha luogo, per esempio, in situazioni di scarsa conoscenza del contesto museale, quando, non avendo scopi precisi, gli oggetti sono selezionati sulla base della salienza che questi possiedono: la posizione (un oggetto isolato cattura la nostra atten-

zione in misura maggiore di un oggetto affiancato da molti altri), la dimensione, l'illuminazione ecc.

La struttura architettonica del museo, l'allestimento e le informazioni fornite dovrebbero concorrere ad agevolare la pianificazione della visita da parte del visitatore.

7.2. Metodo

Per quanto riguarda il campionamento è stata mantenuta la cadenza utilizzata per il questionario quantitativo sul profilo del visitatore. È stato quindi selezionato un visitatore ogni tredici ed è stato seguito durante il suo percorso. Le osservazioni sono state condotte sulle persone che dimostravano di avere diciotto anni o più. Il campione osservato è costituito da 120 visitatori.

Sono state prese in considerazione quattro sale della GNAM in grado di ricoprire l'estensione cronologica della collezione permanente. In particolare, del settore arte del "XIX secolo fino al 1883", è stato scelto il salone dell'Ercole; il numero di opere totali presenti in questa sala è di 34, di cui 21 dipinti e 13 statue (tra le sculture si trova il gruppo statuario del Canova, *Ercole e Lica*). Del settore arte del "XIX secolo dopo il 1883" è stato scelto il salone Giordano Bruno; il numero di opere totali presenti in questa sala è di 33, di cui 16 dipinti e 17 sculture (tra le sculture è presente la statua in gesso di Ettore Ferrari, *Giordano Bruno*). Del settore arte del "XX secolo fino al 1950" è stata scelta la sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta"; il numero di opere totali presenti in questa sala è di 78, di cui 56 dipinti e 22 sculture. Del settore arte "XX secolo dopo il 1950" è stato scelto il salone centrale dove è esposta un'ampia selezione delle opere di Burri; il numero di opere totali presenti in questo salone è di 24 (per semplificazione faremo riferimento a questo salone come "sala Burri").

Procedura. Le osservazioni sono state condotte da due rilevatori opportunamente formati dagli autori per svolgere tale compito. I visitatori venivano osservati in maniera discreta e ad una distanza utile per svolgere le registrazioni comportamentali. La misurazione del tempo di permanenza in ogni sala iniziava quando il visitatore selezionato entrava nella sala stessa. Veniva successivamente registrato il tempo che il visitatore impiegava per guardare ogni singola opera presente nella sala. Il tem-

po dedicato alla lettura del titolo o delle didascalie esplicative era incluso nel conteggio del tempo complessivo trascorso davanti all'opera. La registrazione del tempo totale trascorso nella sala si riteneva conclusa quando il visitatore usciva dalla sala stessa. Se il visitatore non si fermava, ma attraversava camminando la sala, i tempi non venivano registrati. Venivano riportati il genere, una stima approssimativa dell'età, se il visitatore effettuava la visita da solo, in coppia o in gruppo. Erano annotati inoltre altri comportamenti come la lettura delle didascalie, del materiale informativo ed eventuali commenti sull'opera con altre persone.

7.3. Risultati

Nei risultati vengono riportati i tempi medi di osservazione per le singole opere, il tempo totale medio trascorso in ognuna delle quattro sale e una classificazione dei percorsi effettuati. Ricordiamo che sono stati osservati 30 visitatori per sala, per un totale di 120 visitatori.

Il campione osservato è composto da 63 maschi e 57 femmine. È stata fatta una stima approssimativa dell'età dei visitatori osservati che sono stati classificati in quattro fasce d'età: alla fascia 18-30 corrispondono 43 persone; fascia 31-45 = 33 persone; fascia 46-65 = 34 persone; oltre 65 = 10 persone. Compiono la visita: 34 persone da sole; 70 in coppia; 16 in gruppo.

Per quanto riguarda il tempo medio di osservazione di ogni singola opera, il dato è stato ricavato nel seguente modo: per ogni sala presa in considerazione sono stati sommati i tempi di osservazione di tutti e trenta i visitatori per ogni singola opera; il rapporto tra il tempo totale di fruizione per ogni opera e il numero dei visitatori osservati, ha determinato il tempo medio di sosta davanti all'opera. In riferimento a questo dato riportiamo, per ognuna delle sale, le prime cinque opere che sono state osservate più a lungo.

Per quanto riguarda il salone dell'Ercole riportiamo, in tabella 1, le cinque opere osservate più a lungo.

In riferimento ai tempi totali di permanenza nel salone dell'Ercole, registriamo un *range* compreso tra i 24 secondi e i 6,4 minuti. La media del tempo impiegato per visitare il salone dell'Ercole è di 3 minuti e 42 secondi.

All'interno del salone Giordano Bruno, le cinque opere che sono state osservate più a lungo sono riportate in tabella 2.

Tabella 1. Tempo medio (in secondi) per le cinque opere osservate più a lungo del salone dell'Ercole

Opere salone dell'Ercole	Tempo medio (in secondi)
Antonio Canova, <i>Ercole e Lica</i> , 1815	26,1
Vincenzo Morani, <i>L'incoronazione di Ester</i> , 1840	8,6
Francesco Hayez, <i>I vesperi siciliani</i> , 1846	8,0
Francesco Podesti, <i>Il trionfo di Venere (L'incontro di Venere e Anfitrite)</i> , 1854 c.	4,2
Stefano Ussi, <i>La preghiera nel deserto</i> , 1876	3,7

Tabella 2. Tempo medio (in secondi) per le cinque opere osservate più a lungo del salone Giordano Bruno

Opere salone Giordano Bruno	Tempo medio (in secondi)
Michele Cammarano, <i>La battaglia di Dogali</i> , 1896	3,3
Giovanni Fattori, <i>La battaglia di Custoza</i> , 1880	2,9
Angelo Tommasi, <i>Gli emigranti</i> , 1896	2,5
Pio Joris, <i>La fuga di Papa Eugenio IV</i> , 1883	2,3
Luigi Nono, <i>Refugium Peccatorum</i> , 1882	1,8

I tempi di permanenza nel salone Giordano Bruno hanno un *range* compreso tra i 4 secondi e i 4,36 minuti. La media del tempo impiegato per visitare la sala è di 37 secondi. Dieci visitatori non sostano neppure, ma attraversano la sala lanciando delle fugaci occhiate sulle opere.

Per quanto riguarda la sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta", le cinque opere che sono state osservate più a lungo sono riportate in tabella 3.

Tabella 3. Tempo medio (in secondi) per le cinque opere osservate più a lungo della sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta"

Opere sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta"	Tempo medio (in secondi)
Emanuele Cavalli, <i>La sposa</i> , 1934	5,7
Enrico Prampolini, <i>Benedetta Marinetti</i> , 1929	3,8
Francesco Messina, <i>Ragazzo di mare</i> , 1934 c.	3,4
Giorgio Morandi, <i>Natura morta</i> , 1946	2,8
Gerardo Dottori, <i>Miracolo di luci volando</i> , 1932	2,7

I tempi di permanenza nella sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta" hanno un *range* compreso tra i 4 secondi e i 12,12 minuti. La media del tempo impiegato per visitare la sala è di 5 minuti e 13 secondi. Tra le quattro, è la sala dove si registra il tempo di permanenza più lungo. È anche vero, però, che è la sala dove sono esposte il maggior numero di opere (78) rispetto alle altre tre sale.

Per quanto riguarda la sala Burri, le cinque opere che sono state osservate più a lungo sono riportate in tabella 4.

Tabella 4. Tempo medio (in secondi) per le cinque opere osservate più a lungo della sala Burri

Opere sala Burri	Tempo medio (in secondi)
Gastone Novelli, <i>Il grande linguaggio</i> , 1963	3,5
Cy Twombly, <i>La caduta di Iperione</i> , 1962	1,9
Mimmo Rotella, <i>Mitologia</i> 3, 1962	1,8
Alberto Burri, <i>Grande plastica</i> , 1962	1,7
Alberto Burri, <i>Grande rosso P.n.18</i> , 1964	1,5

I tempi di permanenza nella sala hanno un *range* compreso tra i 7 secondi e i 5,12 minuti. La media del tempo impiegato per visitare la sala Burri è di 1 minuto e 40 secondi.

Innanzitutto bisogna affermare che è difficile fare una comparazione tra i tempi di permanenza registrati nelle diverse sale poste sotto osservazione, dal momento che queste non sono omogenee sia per la dimensione fisica, sia per il numero di opere esposte. La sala con il tempo di permanenza più elevato in assoluto è la sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta" (5,21 minuti); se si calcola il rapporto tra tempo di sosta nella sala e il numero di opere esposte, si ottiene un valore di 4,3 secondi per la sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta" e di 6,5 secondi per il salone dell'Ercole. Alla luce di questo valore, risulta che il salone dell'Ercole ha un potere di trattenimento superiore rispetto alla sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta", anche se in termini assoluti si registra un tempo di sosta maggiore in quest'ultima.

Abbiamo cercato di riassumere i risultati ottenuti in tabella 5 dove vengono riportati: i tempi di permanenza nelle quattro sale, l'opera più osservata all'interno di ciascuna sala, il tempo medio di sosta per sala ed infine il rapporto tra il tempo di sosta in funzione del numero di opere presenti in ogni sala. Il tempo trascorso nella fruizione di un'opera o dell'intera sala può essere anche descritto utilizzando la metafora termografica, secondo cui le diverse zone dell'ambiente museale possono essere definite *calde* se i percorsi sono più frequenti e se si riscontra un maggiore tempo di sosta e, al contrario, *fredde* se si tratta di zone non tanto frequentate e con bassi tempi di permanenza.

Per quanto riguarda i tempi di sosta per sala, è stata fatta un'ulteriore

Tabella 5. Tempo medio di permanenza nelle sale e di sosta davanti alle opere

Sala	Tempo medio di permanenza nella Sala	Opera più osservata	Tempo medio di sosta per opera	Rapporto tra tempo di sosta nella Sala e numero di opere presenti nella Sala
Ercole	3,42 minuti	Canova, <i>Ercole e Lica</i>	26,1 secondi	6,5 secondi
G. Bruno	37 secondi	Cammarano, <i>La battaglia di Dogali</i>	3,3 secondi	1,2 secondi
Anni Trenta	5,13 minuti	Cavalli, <i>La sposa</i>	3,7 secondi	4,3 secondi
Burri	1,40 minuti	Novelli, <i>Il grande linguaggio</i>	3,5 secondi	4,1 secondi

classificazione in tre tipologie (Tabella 6). Un primo gruppo, il più nutrito (51%), sosta complessivamente fino a due minuti; un tempo considerato utile per avere un'idea superficiale delle opere. Un secondo gruppo (23%) impiega tra i due e i quattro minuti, un tempo che consente di cogliere gli aspetti di base offerti dalle opere esposte. Infine, un terzo gruppo (26%) sosta oltre i quattro minuti, una sorta di investimento intellettuale che il visitatore compie in funzione di una elevata gratificazione estetica. Il tempo trascorso nelle sale è in relazione al tipo di visita condotta: quanto più tempo si impiega, tanto più l'osservazione delle opere è accurata e minuziosa.

Più nel dettaglio, solo tre persone sostano nel salone Giordano Bruno per più di due minuti, tutti gli altri fanno registrare un tempo inferiore. Mentre sono nove le persone che impiegano più di due minuti per visitare la sala Burri. Per la sala dell'Ercole sono ventidue quelle sopra i due minuti e, di

Tabella 6. Percentuali di visitatori (divisi in tre classi) in funzione del tempo di sosta per ogni sala osservata

Tempi di sosta per le quattro sale osservate			
Sala	fino a 2 minuti	2-4 minuti	oltre 4 minuti
Ercole	26%	36%	36%
G. Bruno	90%	10%	0%
Anni Trenta	17%	26%	57%
Burri	70%	20%	10%
Totale %	51%	23%	26%
N=120	61	28	31

queste, undici sostano per più di quattro minuti. Per la sala "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta", sono ben venticinque le persone che sostano più di due minuti; di queste, diciassette sostano più di quattro minuti.

Per quanto riguarda le opere, la statua di Canova, *Ercole e Lica*, fa registrare il tempo di sosta più elevato. Si tratta di una scultura molto imponente che può essere osservata girandoci attorno, a differenza dei dipinti che possono essere fruiti solo frontalmente. Oltre alla qualità e all'imponenza dell'opera, anche la possibilità di fruizione a 360 gradi potrebbe essere uno degli elementi in grado di far aumentare i tempi di osservazione complessivi.

Il ricordo di un'opera d'arte impresso nella nostra memoria è in funzione anche del tempo dedicato all'osservazione di quell'oggetto; dunque, più tempo si passa davanti ad un'opera, maggiore dovrebbe essere la capacità di ricordarla. Nel questionario dedicato al profilo del visitatore è stato domandato se le persone si ricordassero di aver visitato il salone dell'Ercole e la sala Burri: il 57,2% si ricordava di aver visitato il salone dell'Ercole mentre circa un dieci per cento in meno, il 47,9%, affermava di ricordare di aver visitato la sala Burri. Il fatto che dall'indagine osservante emerga che, tra le due, la sala che ottiene tempi di sosta maggiori è il salone dell'Ercole, sarebbe a dimostrazione dell'assunto che il tempo più lungo dedicato dai visitatori a tale sala produce anche un ricordo più vivido dell'esperienza.

7.4. I percorsi osservati

I collaboratori incaricati della rilevazione dei percorsi seguivano i visitatori selezionati, segnando sulla mappa cartacea della sala il tragitto che questi mettevano in atto. Per ogni visitatore è stato dunque ottenuto un tracciato, per un totale di centoventi percorsi grafici. Come è facile immaginare si può osservare una grande variabilità di percorsi. Ogni visitatore sceglie una sua strategia personale. Dal momento che la visita è già iniziata in altre sale, il passaggio per l'accesso alla sala posta sotto osservazione è una scelta abbastanza obbligata; ogni sala ha almeno un ingresso ed un'uscita che vengono solitamente utilizzati dalla maggior parte dei visitatori; ci sono comunque casi in cui la scelta degli accessi di ingresso e uscita sono diversi.

La strategia di circolazione all'interno del museo è determinata, come

ricordavamo anche prima, da un lato da fattori inerenti il visitatore (interesse, tempo, affaticamento, novità percepita ecc.), dall'altro da fattori inerenti il museo e la sua organizzazione fisico-strutturale (architettura, allestimento, opere ecc.).

Come sostiene Bitgood³, un aspetto che emerge dalle ricerche sui percorsi e sulla circolazione è che i visitatori tengono sempre a mente il rapporto costi/benefici. Dal momento che i visitatori non possono cambiare l'allestimento e le caratteristiche strutturali, possono però controllare i costi e i benefici del loro comportamento, riducendo il tempo e gli sforzi fisici e cognitivi; per esempio, risparmiando spostamenti inutili, selezionando solo alcune didascalie o parti di queste quando sono eccessivamente lunghe e così via.

Si è già detto che la letteratura sull'argomento mostra come le persone che visitano un museo mettano in atto diverse strategie di percorso⁴. Nonostante la circolazione possa essere molto variabile, attraverso diversi studi condotti sulla base dell'indagine osservante si può sostenere che quando, durante un percorso, si arriva ad un punto di snodo (una sorta di incrocio dove sono presenti diverse alternative come andare dritti o svoltare), le persone tendono a proseguire il percorso lungo una linea retta oppure, nel caso di cambiamento di traiettoria, preferiscono girare a destra piuttosto che a sinistra, a meno che non siano presenti elementi che allontanino o attraggano. Questo tipo di modalità è inserita all'interno di una strategia più complessiva di ottimizzazione del percorso che tiene sempre conto della distanza più breve tra l'ingresso e l'uscita della sala. Quando entriamo in una sala, in una maniera spesso inconsapevole, cerchiamo di notare dove si trova l'uscita; questa informazione viene utilizzata per l'ottimizzazione, anche automatica, del percorso. Dal momento che andare dritti, nella maggior parte dei casi, significherebbe attraversare la sala, se non sono presenti elementi di particolare rilevanza (un'opera, una didascalia ecc.) i visitatori hanno una tendenza a girare a destra e compiere un percorso parallelo rispetto alle pareti della sala.

Questa strategia di percorso è contraddetta dalla circolazione dei visitatori rilevata nel salone dell'Ercole. In questa sala abbiamo notato come, una volta varcata la soglia d'ingresso, diciotto persone (pari al 60%) hanno girato a sinistra; sei (pari al 20%) hanno girato a destra, tre (pari al

10%) proseguono per il centro attraversando la sala e altre tre persone (pari al 10%) utilizzano o un terzo varco di accesso o, come ultima alternativa, quella che solitamente è considerata l'uscita è usata come ingresso nella sala. La spiegazione di questi dati è interpretabile col fatto che la statua di Canova, *Ercole e Lica*, è collocata a sinistra rispetto a chi entra nella sala. La scultura, per la sua salienza, isolamento, visibilità, maestosità e qualità funge da forte attrattore che contraddice le strategie di percorso più utilizzate; l'opera sembra non lasciare libertà di scelta di esplorazione della sala, ma "impone" una direzione di percorso (a sinistra) che non è quella che le persone mettono solitamente in atto.

Un discorso diverso può essere fatto per i percorsi osservati nella sala Burri, in particolare per quanto riguarda l'ingresso nella sala ed i tempi di fruizione delle diverse opere presenti. Come riportato sopra, il tempo di sosta più lungo registrato in questa sala è di fronte al dipinto di Novelli, *Il grande linguaggio* (3,5 secondi), mentre la fruizione dell'opera di Burri, *Grande plastica* (1,7 secondi) si trova al quarto posto ed è pari a circa la metà del tempo utilizzato per l'opera di Novelli. Appare un po' anomalo che, in una sala dedicata principalmente a Burri, le opere di questo artista non esercitino una forza di attrazione maggiore. Essendo partiti dal presupposto che esista un nesso causale tra tempo e preferenza (quanto più tempo si dedica ad un oggetto tanto più si prova attrazione, interesse e piacere), si potrebbe concludere che le opere di Burri non interessano o non piacciono. Dai tracciati dei percorsi rilevati, si nota che l'accesso alla sala è possibile attraverso tre ingressi: 1) lungo il corridoio che immette direttamente nella sala dove sono esposte le opere di Burri; 2) da un accesso centrale e 3) dal lato opposto rispetto al primo. I visitatori che provengono dalla visita di una sala immediatamente precedente a questa posta sotto osservazione, si distribuiscono, per quanto riguarda la scelta di accesso alla sala Burri, nelle seguenti percentuali: il 37% di visitatori utilizza l'ingresso che dà accesso direttamente alle opere di Burri; il 10% quello centrale; e ben il 53% usa l'ingresso opposto. Il dipinto di Novelli è il primo sulla parete di sinistra per chi entra nella sala attraverso quest'ultimo ingresso. È dunque probabile che il tempo di sosta maggiore rilevato per quest'opera, sia dovuto non tanto al particolare interesse e piacere prodotto (che non si può ovviamente escludere), ma al fatto che si tratta della prima opera della sala e che quindi possa

produrre un effetto *primacy* (il primo elemento di una serie viene analizzato più a lungo) e un effetto *novità* (essendo la prima opera di una sala è possibile che, per coerenza stilistica dell'allestimento, sia diversa da quelle della sala precedente e più simile alle opere della sala dove è collocata).

Per chi proviene da questo ingresso, le opere di Burri sono collocate all'estremità opposta della sala e non sono molto visibili; ci si arriva dunque dopo aver visitato tutta la sala e il tempo di sosta risulta, anche per questo motivo, più contenuto.

Come descritto sopra, la variabilità nelle strategie di percorso utilizzate dai visitatori è molto ampia; non è dunque facile fare una comparazione tra i diversi percorsi osservati che sono stati comunque classificati sulla base sia del percorso fisico messo in atto dal visitatore, sia dell'accuratezza dell'osservazione delle opere esposte (Tabella 7).

Tabella 7. Classificazioni dei percorsi osservati nelle quattro sale (30 visitatori per sala per un totale di 120)

Sala	Percorso completo	Percorso parziale	Attraversamento
Canova	43%	33%	24%
G. Bruno	24%	43%	33%
Anni Trenta	46%	30%	24%
Burri	53%	40%	7%
Totale %	42%	36%	22%
N=120	50	44	26

Sembrano emergere tre tipologie di percorso: 1) Il primo è un percorso completo, che da un punto di vista spaziale potremmo definire perimetrale, nel senso che viene percorso interamente il perimetro della sala in modo da poter osservare tutte le opere esposte. I visitatori che appartengono a questo gruppo guardano tutte le opere, leggono i titoli, le didascalie e altro materiale informativo, se disponibile. 2) Il secondo è un percorso che potremmo definire parziale; i visitatori che appartengono a questo gruppo percorrono circa metà della sala. Si tratta di persone che dedicano una discreta attenzione ad un numero limitato di opere ed uno sguardo più superficiale ad altre. La metà della sala che non viene raggiunta camminando, è fruita attraverso uno sguardo complessivo. 3) Infine un terzo percorso in cui i visitatori percorrono la sala o semplicemente attraversandola, utilizzando come punti di riferimento l'entrata e l'uscita, o compiendo brevi deviazioni rispetto alla linea di attraversamento più

diretta. È la modalità più veloce e superficiale; le persone non leggono neanche i titoli delle opere, se non di quelle che rientrano nel percorso.

7.5. Conclusioni

L'indagine osservante ha reso disponibili una serie di registrazioni "dal vivo" del comportamento dei visitatori, soprattutto in termini di tempo impiegato per la fruizione delle opere e di percorsi effettuati.

Per quanto riguarda le sale, in quella denominata "Le grandi correnti nazionali degli anni Trenta" si ottengono i tempi di permanenza più lunghi (5,13 minuti); è una delle sale in assoluto con la maggiore densità di opere che fa registrare un forte interesse da parte del pubblico.

Per quanto riguarda la fruizione delle singole opere, l'opera di Canova, *Ercole e Lica*, sembra un'eccezione (26,1 secondi) rispetto ai tempi medi utilizzati per le altre opere osservate più a lungo. Evidentemente la scultura di Canova possiede caratteristiche particolari (isolamento, dimensioni, qualità, modalità di fruizione rotatoria a 360 gradi) che fungono da forti attrattori in termini di tempi di fruizione.

È emerso anche come il percorso naturale che i visitatori compiono influenzi il tempo di fruizione delle opere con una dimostrazione evidente nella sala Burri. In questo caso è il primo dipinto (quello di Novelli) sulla traiettoria del visitatore che raccoglie il consenso maggiore in termini di tempo. Mentre il gruppo statuario di Canova impone un cambiamento di percorso, le opere di Burri, non visibili per chi utilizza l'ingresso opposto, sono fruite con tempi più contenuti rispetto alle opere che si incontrano prima. Si tratta di due esempi evidenti di come l'allestimento possa intervenire in maniera significativa sulla fruizione delle opere.

Nell'indagine osservante si registra una distribuzione dei visitatori in due gruppi bilanciati: una metà circa che impiega fino a due minuti mediamente per visitare una sala, mentre l'altra metà impiega oltre i due minuti. Bisogna tenere presente che per il 60% circa di visitatori non è la prima visita alla GNAM; dal momento dunque che esiste una conoscenza pregressa, sarebbe sufficiente un tempo di visione non troppo prolungato per poter ammirare le opere nello svolgimento della visita.

La distribuzione equilibrata tra i due gruppi di visitatori in funzione dei tempi di fruizione per sala è confermata da una ripartizione simile che si riferisce al tipo di percorso svolto. Anche in questo caso si registra una

metà scarsa di visitatori che compie un percorso completo ed una metà abbondante che fa un percorso o parziale o di attraversamento. Sembrano dunque emergere due tipologie di visitatori: una prima che compie una visita lunga ed accurata ed una seconda che preferisce una modalità di fruizione più rapida e superficiale.

¹ J.K. Smith, L.F. Smith, *Spending Time on Art*, in "Empirical Studies of the arts", Vol. 19 (2), 2001, pp. 229-236.

² S.C. Bitgood, *Environmental Psychology in Museums, Zoos and Other Exhibition Centers*, in R.B. Bechtel, A. Churchman (a cura di), *Handbook of Environmental Psychology*, New York, Wiley, 2002, pp. 461-480.

³ S.C. Bitgood, *Suggested Guidelines for Designing Interactive Exhibits*, in "Visitor Behavior", Vol. 6, n. 4, 1991, pp. 4-11.

⁴ L. Bourdeau, J.C. Chebat, *An Empirical Study of the Effects of the Design of the Display Galleries of an Art Gallery on the Movement of Visitors*, in "Museum Management and Curatorship", Vol. 19, No. 1, 2001, pp. 63-73.

Terza parte
L'INDAGINE SUL PUBBLICO
DELLA MOSTRA:
"IL SIMBOLISMO. DA MOREAU
A GAUGUIN A KLIMT"

8. Metodologia e obiettivi della ricerca

Maria Mercedes Ligozzi

La mostra "Il Simbolismo. Da Moreau a Gauguin a Klimt" si è svolta alla Galleria nazionale d'arte moderna nel periodo di quattro mesi da giugno a settembre 2007. Il simbolismo fu una delle più importanti correnti artistiche del XIX secolo. La sua "poetica rappresenta un ponte tra l'Ottocento e il Novecento" e costituisce un movimento artistico che in modo alternativo rispetto all'impressionismo condusse alle rivoluzioni attuate dalle avanguardie del XX secolo. Il percorso espositivo è iniziato con i "precursori" che erano i maestri appartenenti alla "generazione del manifesto del 1886", e si è concluso con l'ultima sezione relativa all'ultima stagione simbolista che giunge fino ai primi anni del XX secolo.

Nell'ambito dell'indagine sul pubblico della GNAM è stata contemplata anche una ricerca specifica sul pubblico della mostra. Le modalità di campionamento sono state le medesime adottate nella ricerca annuale svolta sul pubblico della collezione permanente della Galleria nazionale d'arte moderna. Le aree tematiche delineate nel corso della progettazione dell'indagine hanno riguardato in particolare il gradimento sugli allestimenti e sulle opere della mostra. L'universo allegorico espresso dalla poetica simbolista è stato indagato in relazione a quella dimensione dell'invisibile resa visibile nelle opere del movimento simbolista: la dimensione onirica, la morte, la malinconia, la vanità, la seduzione, la verità, l'aurora ed altre evocazioni di idee, sentimenti e stati d'animo espressi da tale poetica. Il questionario è stato composto da due sezioni e ha compreso ventitre domande "chiuse". È stato realizzato in tre lingue: italiano, francese e inglese ed è stato distribuito ad ottocentosei visitatori. La prima sezione del questionario è stata finalizzata a conoscere il profilo del visitatore della mostra in relazione ai dati socio-demografici e ai canali d'informazione alla mostra (quotidiani, internet, manifesti ecc.). Nella seconda sezione gli indicatori individuati hanno permesso di conoscere gli orientamenti del pubblico sulla *customer satisfaction* degli allestimenti e delle opere. Il questionario semistrutturato ha compreso alcune risposte a "parziale autonomia semantica" secondo la scala Likert a

cinque punti. Le domande "aperte" hanno contemplato la modalità "altro". Alcune note a margine contemplate nel questionario sono state riportate nel paragrafo relativo alle osservazioni empiriche sulla ricerca. Il gradimento estetico è stato sondato anche in relazione all'atmosfera creata dall'allestimento ma anche in relazione al ricordo delle opere dopo la visita. I risultati dell'indagine sono stati comparati con quelli dell'indagine qualitativa rilevati attraverso la tecnica dell'indagine osservante. Alcune domande sono state volte a conoscere anche la definizione e percezione del pubblico sulle figure emblematiche del movimento simbolista. Ciò ha permesso di verificare alcune relazioni tra le variabili qualitative: il gradimento delle opere, la definizione della poetica simbolista e le emozioni suscitate dall'osservazione. La metodologia della ricerca qualitativa si è svolta attraverso la tecnica dell'"indagine osservante": l'osservazione è stata svolta su cinquanta visitatori della mostra sulla base delle planimetrie delle sale, dalle quali si è ricostruito il percorso e l'esposizione delle opere. L'indagine ha permesso di conoscere i tempi medi di osservazione delle opere; le modalità dei percorsi della mostra e l'interazione tra il pubblico e il contesto museale. La comparazione dei risultati dell'indagine quantitativa e quelli rilevati nella ricerca qualitativa ha permesso di stabilire alcune relazioni tra i tempi di osservazione delle opere e il gradimento delle stesse. La mostra si è articolata in dodici sezioni: ogni sezione ha affrontato specifiche tematiche del movimento simbolista. L'esperienza estetica del pubblico della mostra è stata indagata in relazione a quella dimensione "dell'invisibilità" dell'arte quale "linguaggio del sogno" che, come afferma Baudelaire nei saggi sull'arte del 1846, è la lingua originaria della pittura e della poesia. La dimensione dell'"invisibile" e dell'*altrove* che si esprime nel "sogno creatore" dell'artista e del poeta e, quindi, nella pittura, si è resa visibile attraverso il linguaggio del pubblico che si è espresso sulla poetica della pittura simbolista.

¹ Cfr. G. Lacambre, *Il simbolismo*, in *Il Simbolismo. Da Moreau a Gauguin a Klimt*, catalogo

della mostra, a cura di G. Lacambre, Ferrara Arte Editore, 2007, pp. 3-15.

9. I risultati della ricerca su “Il Simbolismo. Da Moreau a Gauguin a Klimt”

Stefano Mastandrea

L'elaborazione dei dati è simile a quella descritta nella ricerca quantitativa sul profilo del visitatore. Ricordiamo solamente che sono state calcolate le distribuzioni di frequenza, assolute e in percentuale per le domande a scelta multipla; per le domande che prevedevano una risposta su una scala a cinque livelli (1 = per niente, 2 = poco, 3 = abbastanza, 4 = molto, 5 = moltissimo) sono stati calcolati i valori medi. I risultati sono illustrati nell'ordine in cui erano formulate le domande nel questionario e si riferiscono alle sole risposte valide per ogni variabile considerata.

9.1. Le caratteristiche socio-demografiche

Il questionario è stato somministrato a 806 visitatori complessivamente. I visitatori italiani sono stati 498 (61,9% del campione), mentre quelli stranieri sono stati 308 (38,1%). Le percentuali sono molto simili alla distribuzione della ricerca precedente; questo dato dimostra e conferma la forza di attrazione che il museo esercita nei confronti dei visitatori stranieri.

Età e genere

La percentuale maggiore di visitatori (33,9%) si colloca nella fascia d'età 16-30. Tale dato conferma sostanzialmente quanto emerso nella ricerca sul profilo dei visitatori GNAM, in riferimento alla fascia d'età più rappresentata che è quella dei giovani. Le altre fasce d'età si distribuiscono in maniera abbastanza equilibrata (Tabella 1).

Tabella 1. Distribuzione percentuale per fasce d'età

Età	%
16-30	33,9%
31-40	16,0%
41-50	18,4%
51-60	13,7%
oltre 60	18,0%
Totale	100%
N	806

Le differenze tra i due gruppi italiani e stranieri consistono in una presenza maggiore di stranieri per la fascia d'età compresa tra i 19 e i 50 anni, mentre gli italiani sono più numerosi nella fascia oltre i 50 anni. La distribuzione in riferimento al genere dei visitatori mostra come complessivamente le femmine siano in numero maggiore rispetto ai maschi (rispettivamente 62,4% vs. 37,6%). I dati sull'età e sul genere confermano quanto emerso nella ricerca quantitativa sul profilo del visitatore.

Istruzione, tipo di formazione e attività lavorativa

Per quanto riguarda l'istruzione, il campione totale è composto dalla seguente distribuzione: fino alla scuola media inferiore 6,2%; scuola media superiore 29,8%; diploma di laurea o post laurea 62,4%; altro 1,6%. È importante sottolineare come la percentuale degli stranieri con un titolo di laurea o superiore sia molto più elevata degli italiani, rispettivamente 77,2% vs. 53,9%. Dato che conferma il risultato della ricerca precedente.

La formazione culturale dei visitatori è prevalentemente di tipo umanistico-letterario 48,4%, seguito da scientifico 20,2%, artistico 17,3%, tecnico 10,5% e altro 3,6%. L'unica differenza che emerge chiaramente nel confronto tra i due gruppi è che il 52,3% degli italiani possiede una formazione umanistica rispetto al 42,2% degli stranieri.

Per quanto riguarda l'attività lavorativa, la percentuale maggiore si riferisce alle professioni intellettuali, scientifiche e specialistiche 25,7%; seguono gli studenti (22,3%), gli impiegati, i commercianti e le professioni tecniche (18,6%), i pensionati (13,4%); gli insegnanti (10,3%), gli artisti (5,8%) e altro (3,9%). Emerge una differenza tra italiani e stranieri per quanto concerne le professioni intellettuali: gli italiani sono in numero inferiore rispetto agli stranieri (rispettivamente 21,4% vs. 32,2%); gli studenti italiani sono in numero maggiore rispetto ai loro omologhi stranieri (25,1% vs 17,9).

9.2. Conoscenze e preferenze artistiche

In riferimento alle visite museali compiute negli ultimi dodici mesi, entrambi i gruppi italiani e stranieri affermano di frequentare, nella grande maggioranza dei casi, musei e gallerie di arte moderna e contemporanea (58,5%); seguono i musei di arte antica con il 18,8%. Non si notano differenze degne di rilievo tra italiani e stranieri.

Un gruppo di domande, formulate su una scala a 5 punti, sono state rivolte alla conoscenza della formazione artistica ricevuta e alla preferenza di stili artistici diversi. Di queste domande vengono riportati, in tabella 2, i valori medi. Non si riscontrano differenze tra italiani e stranieri.

Tabella 2. Medie delle risposte su formazione e preferenze di generi artistici

Formazione e preferenza artistica	Media
Nella sua formazione quanta educazione artistica ha ricevuto?	3,0
Quanto le piace l'arte figurativa?	3,7
Quanto le piace l'arte astratta?	3,4
Quanto le piace l'arte contemporanea che fa uso di video, performance e installazioni?	2,9

I risultati ottenuti confermano sostanzialmente quanto emerso nella ricerca precedente sul profilo del visitatore GNAM. È interessante osservare come, anche trattandosi di partecipanti diversi, si ottengano risultati quasi identici: l'arte figurativa piace (3,7) in misura maggiore dell'arte astratta (3,4) che a sua volta viene preferita all'arte contemporanea (2,9). La conferma di questo risultato mostra come il pubblico della GNAM sia composto da persone interessate principalmente ad un'arte che possiamo riassumere con il termine "figurativo", in cui gli aspetti realistici e rappresentazionali sono dominanti, seguita da un'arte cosiddetta "astratta" in cui si assiste all'uso di un linguaggio compositivo caratterizzato da forme, colori e materiali che non rimandano necessariamente ad un'imitazione naturale, per poi collocare in ultima posizione la preferenza per l'arte contemporanea, caratterizzata da modalità espressive e comunicative che fanno uso di video, performance e installazioni, verso cui il piacere dimostrato è più debole.

Informazioni sulla mostra e sulle opere del simbolismo

Alla domanda "Come è venuto a conoscenza della mostra sul simbolismo?", gli italiani affermano che le fonti principali sono stati "Articoli sui giornali" (33,3%), "Consigliato da amici e parenti" (18,8) e "Per caso" (14,7). Per gli stranieri, la risposta "Per caso" è la fonte principale di informazione (42,8); seguono "Guide turistiche" 17,5 e "Internet e amici" al 10%.

La maggior parte del pubblico (74,5%), conosceva già artisti appartenenti alla corrente del simbolismo, in particolare Klimt (45,3%); gli altri artisti non erano molto conosciuti (Moreau 9,2%; Munch 7,3%; Gauguin 7%). L'unica differenza sostanziale per quanto riguarda la conoscenza di opere tra italia-

ni e stranieri è che gli stranieri conoscevano, in misura maggiore degli italiani, l'artista Redon (rispettivamente 6,7% contro 1,6%).

9.3. Ambiente/Allestimenti/Opere

Quest'area è finalizzata a stabilire il livello di gradimento degli ambienti (allestimenti), del materiale informativo (didascalie, pannelli, guide brevi, depliant, supporti multimediali) e del percorso della visita. In tabella 3 sono riportati i valori medi delle risposte (in ordine decrescente), compresi in una scala da 1 a 5. Non sono emerse differenze tra i gruppi italiani e stranieri.

Tabella 3. Medie delle risposte sull'apprezzamento dell'allestimento

Apprezzamento dell'allestimento	Media
Quanto l'allestimento valorizza le opere?	3,4
Quanto ha apprezzato l'allestimento delle sale della mostra?	3,4
Quanto ha apprezzato la collocazione delle opere?	3,4
Quanto ha apprezzato le indicazioni sul percorso della mostra?	3,1
Quanto ha apprezzato l'illuminazione della mostra?	2,9
Quanto ha apprezzato il materiale informativo?	2,9

È stato anche chiesto che tipo di vissuto emotivo veniva comunicato dall'allestimento della mostra. In tabella 4 sono riportati i valori medi (scala da 1 a 5). Non sono emerse differenze tra i gruppi italiani e stranieri.

L'allestimento è riuscito a creare un'atmosfera sostanzialmente *coinvolgente* e *sognante*; risulta anche velato di *malinconia* e leggermente *inquietante*; a conferma di tale giudizio il termine con connotazione contraria (*divertimento*) raggiunge un punteggio molto basso. L'allestimento sembra dunque aver colto un aspetto molto importante che è quello del

Tabella 4. Medie delle risposte sull'atmosfera comunicata dall'allestimento

Quale atmosfera crea l'allestimento della mostra?	Media
Coinvolgente	3,4
Sognante	3,2
Malinconica	2,7
Inquietante	2,4
Divertente	2,0

“coinvolgimento”, elemento che dovrebbe probabilmente caratterizzare l'atmosfera di tutte le mostre, ma nel caso del “Simbolismo” sembra particolarmente indicato assieme all'altra qualità espressiva “sognante”, colta dai visitatori e che sembra essere un attributo pregnante della poetica

simbolista. Trattandosi di una mostra sul simbolismo poteva anche essere interessante raccogliere informazioni sulle immagini, sui simboli e sulle metafore rappresentate e comunicate dalle opere esposte.

Sono stati proposti quindici concetti rappresentativi della poetica simbolista (*amore, aurora, fasi della vita, inconscio, libertà, malinconia, maternità, miti, mistero, morte, notte, seduzione, silenzio, sogno, speranza*) e si richiedevano fino ad un massimo di tre risposte. Tra le diverse figure emblematiche del simbolismo che hanno suscitato maggiore interesse sono state rilevate: *malinconia* (14,5%), *sogno* (9,7%), *fasi della vita* (9,3%), *inconscio* (9,2%), *maternità* (7,4%), *morte* (7,1%) e *amore* (7%). Non sono emerse differenze tra italiani e stranieri.

È stata formulata una domanda in cui si è cercato di cogliere alcuni aspetti dell'espressione della poetica simbolista, in cui era possibile scegliere tra due sole alternative di risposta: è risultato che per il 60% delle persone la poetica simbolista è "Espressione di emozioni", mentre per il 40% si tratta di "Evo-cazione di immagini". È dunque forte e presente la comunicazione per immagini di questa corrente artistica, ma per la maggior parte delle persone risulta dominante una fruizione attraverso la rappresentazione e l'espressione di emozioni. A questo proposito è stata posta una domanda rivolta a conoscere quali emozioni avesse potuto suscitare la fruizione delle opere esposte. Sono state proposte cinque diverse emozioni da valutare su una scala a 5 punti; in tabella 5 vengono riportati, in ordine decrescente, i valori medi ottenuti.

Le opere hanno suscitato in primo luogo *interesse*; anche *desiderio di sognare* e *meraviglia* ottengono punteggi elevati. È da notare che l'espressione *desiderio di sognare* ha un valore molto vicino al termine *sognante*, scelto per descrivere il tipo di atmosfera comunicata dall'allestimento. Le emozioni *malinconia* e *inquietudine* hanno, anche in questo caso, così come nella domanda sull'atmosfera dell'allestimento, punteggi piuttosto bassi; non sono dunque rappresentative né dell'atmosfera creata dall'allestimento né del-

Tabella 5. Medie delle risposte sulle emozioni suscitate dalle opere

Emozioni suscitate dalle opere	Media
Interesse	3,7
Desiderio di sognare	3,0
Meraviglia	3,0
Malinconia	2,6
Inquietudine	2,5

le emozioni suscitate dalle opere. Si potrebbe dunque affermare che la mostra nel suo complesso (l'atmosfera prodotta dall'allestimento e le emozioni suscitate dalle opere) è caratterizzata dalla percezione di qualità espressive come *interesse*, *meraviglia* e *desiderio di sognare*.

L'ultima domanda del questionario proposto ai visitatori ha riguardato il ricordo delle opere della mostra: è stato chiesto al pubblico quali, tra una serie di opere proposte, ricordassero. Dovevano essere indicate fino ad un massimo di tre opere (i valori percentuali riportati sono superiori a cento proprio perché le opzioni di risposta erano superiori ad una). Non sono apparse differenze tra italiani e stranieri. In tabella 6 sono riportate le opere che hanno raccolto oltre il 20% di scelte.

Le tre opere che i visitatori ricordano maggiormente sono, nell'ordine, *Malinconia* di Munch, *Parole del diavolo* di Gauguin e *Villa in rovina sul mare* di Böcklin. Sono opere che esprimono, forse in maniera più evidente di altre, un chiaro riferimento a contenuti emotivi come *malinconia* (che è anche il titolo del dipinto di Munch) e *inquietudine*; nelle domande in cui si chiedeva di valutare esplicitamente l'intensità di questi termini, in riferimento sia all'allestimento che alle opere, sono emersi punteggi piuttosto

Tabella 6. Percentuali delle opere ricordate

Tra le seguenti opere di alcune sezioni della mostra, quale ricorda di più?	%
Edvard Munch, <i>Malinconia</i>	39,9
Paul Gauguin, <i>Parole del diavolo</i>	27,9
Arnold Böcklin, <i>Villa in rovina sul mare</i>	27,4
Odilon Redon, <i>Il ragno che sorride</i>	25,4
E. Burne-Jones, <i>La principessa addormentata</i>	25,1
Hugo Simberg, <i>L'angelo ferito</i>	23,8
Giovanni Segantini, <i>La vanità</i>	22,3
G. Pellizza da Volpedo, <i>Lo specchio della vita</i>	20,9

contenuti; appare invece che queste qualità espressive siano ben rappresentate dalle opere più ricordate.

Si potrebbe concludere affermando che il pubblico della mostra del simbolismo mantiene caratteristiche socio-demografiche molto simili al profilo del visitatore delineato nella ricerca quantitativa più ampia sulla collezione permanente. La specificità della mostra emerge in particolare attraverso il vissuto che i visitatori esprimono nella domanda sull'esperienza della visita con una omogeneità di risposte in riferimento alle qualità espressive prodotte sia dalle opere sia dall'allestimento.

10. L'indagine osservante sulla mostra del Simbolismo

Maria Mercedes Ligozzi

L'indagine osservante condotta su cinquanta visitatori della mostra "Il Simbolismo. Da Moreau a Gauguin a Klimt", che si è articolata in dodici sezioni relative alle tematiche simboliste, ha esplorato diversi aspetti della fruizione della mostra. Gli obiettivi di tale tecnica sono stati finalizzati a conoscere i tempi di osservazione delle opere relative alle diverse sezioni; il tempo medio complessivo di durata della visita e i percorsi compiuti dai visitatori durante la visita alla mostra. I tempi medi più alti di osservazione relativi ad ogni opera sono riportati in tabella 1.

Tabella 1

Titolo opere	Tempo medio in secondi
G. Klimt, <i>Le tre età</i>	17,9
E. Burne Jones, <i>La principessa addormentata</i>	12,34
J. Del ville, <i>L'amore delle anime</i>	10,26
C. Maurin, <i>L'aurora del lavoro</i>	8,46
V. Prouvè, <i>La notte</i>	8,46
A. Böcklin, <i>La villa sul mare</i>	8,02

I tempi medi di visita sono ripartiti in tre fasce di tempo e il tempo medio di visita su cinquanta osservazioni è stato complessivamente di 39,1 minuti (Tabella 2).

Tabella 2

Fasce di tempo in minuti	n. visitatori	%
30	21	42%
tra 31 e 60	20	40%
>60	9	18%

Per quanto riguarda la lettura dei pannelli si è rilevato che le persone hanno letto attentamente i primi tre pannelli (tra il 40 e il 45% del campione). I primi pannelli esplicativi hanno riguardato spiegazioni relative alle opere della prima stagione simbolista, tra le quali le opere di Arnold Böcklin (*Cleopara morente*, *Villa sul mare*, *Villa in rovina sul mare*). Gli altri due pannelli riportavano spiegazioni delle opere di Burne Jones, Puvis de Chavannes e Gustave Moreau. La lettura decresce sensibilmente per i

successivi pannelli (tra il 20 e il 30 %), ma si registra un notevole aumento nella lettura del pannello dell'ultima sezione, ossia il 36% del campione legge attentamente le spiegazioni relative alle opere esposte dell'ultimo periodo simbolista: l'opera di Ferdinand Hodler, *Il giorno e Sentimento*; Kolomon Moser, *Tre donne*, e *Le tre età della donna* di Gustav Klimt.

I tempi medi di osservazione delle opere sono stati generalmente al di sotto dei 10 secondi in cui rientrano anche i tempi di lettura delle didascalie. L'opera di Klimt, *Le tre età della donna*, ha registrato il tempo medio più alto, pari a 17,9 secondi nettamente superiore a quello di tutti gli altri. Comparando i dati rilevati con quelli di altri studi condotti in ambito internazionale: al Metropolitan Museum of Art, dove il tempo medio su un totale di centocinquanta persone è stato di diciassette secondi per ogni opera, la presente ricerca sembra confermare tempi e modalità di osservazione e di fruizione nella media degli standard registrati anche in altri studi internazionali.

I percorsi osservati

Le osservazioni svolte sui visitatori hanno permesso di rilevare il percorso dei visitatori della mostra: per ogni visitatore è stato dunque ottenuto un tracciato, per un totale di cinquanta percorsi rilevati graficamente. Ogni visitatore sembra scegliere una sua strategia personale di movimento. Tale strategia di circolazione all'interno della mostra è determinata da diverse componenti: l'interesse, il tempo, l'affaticamento, la novità percepita e le caratteristiche strutturali: architettura, allestimento, opere.

Le diverse modalità di percorsi scelti dal visitatore spesso sono finalizzati all'ottimizzazione del tempo. Si delineano tre tipologie di percorso: completo, parziale e attraversamento.

I visitatori che appartengono alla prima tipologia compiono un percorso perimetrale (parallelo alle pareti di esposizione delle opere), che comprende l'osservazione accurata delle opere e la lettura attenta del materiale informativo. Il percorso parziale viene effettuato osservando il 50% delle opere della mostra: in questa modalità di visita è dedicata una discreta attenzione ad un numero limitato di opere ed uno sguardo più superficiale alle altre. L'attraversamento della mostra è invece un tipo di percorso che il visitatore sceglie utilizzando come punti di riferimento l'entrata e l'uscita, o compiendo brevi deviazioni rispetto alla linea di attraversamento più

diretta. È la modalità più veloce e superficiale: le persone non leggono neanche i titoli delle opere se non di quelle che rientrano nel percorso. Nella tabella 3 sono riportati il numero di visitatori che effettuano i diversi percorsi sopra descritti. Nel paragrafo seguente relativo allo "sguardo del visitatore" sono illustrati i risultati dell'osservazione in relazione ad alcune prospettive teoriche sull'osservazione e lo sguardo, quale spazio simbolico dell'immaginario e dell'esperienza estetica del pubblico della mostra.

Tabella 3 (osservazione di 50 visitatori)

	Percorso completo	Percorso parziale	Attraversamento
N	37	5	8
%	74%	10%	16%

¹ J.K. Smith K e L.F. Smith, *op. cit.*, pp. 229-236.

11. Lo sguardo del visitatore della mostra "Il Simbolismo. Da Moreau a Gauguin a Klimt"

Irene Corsetti

"Alla fine, fu davanti a Vermeer, che ricordava più smagliante, più diverso da tutto quanto conoscesse, ma nel quale, grazie all'articolo del critico, notò per la prima volta dei piccoli personaggi in blu, e che la sabbia era rosa, e – infine – la preziosa materia del minuscolo lembo di muro giallo. Le vertigini aumentavano; lui non staccava lo sguardo, come un bambino da una farfalla gialla che vorrebbe catturare, dal prezioso piccolo lembo di muro."

Questo brano tratto dalla *Prigioniera* di Marcel Proust sembra esprimere la relazione esistente tra lo spettatore e l'opera d'arte, intesa quale dimensione estetica che si configura nell'*alterità* di tempo e spazio e che viene colmata attraverso due stati d'animo: la curiosità che spinge l'osservatore verso l'oggetto estetico e la meraviglia con la quale l'opera dialoga con l'osservatore.

La relazione tra opera d'arte e spettatore è da sempre dialogica: l'osservatore attraverso lo sguardo entra in contatto con l'opera, la quale restituisce una esperienza estetica ed emozionale. L'opera fotografica di Giulio Paolini, esposta al Centre Georges Pompidou di Parigi, sintetizza efficacemente tale rapporto mostrando l'autore di spalle mentre guarda una tela. L'artista è a sua volta osservato da un altro fotografo: lo scatto cattura perciò l'atto stesso del guardare e del ri-guardare, la posizione nello spazio dell'osservatore e dell'oggetto osservato¹.

Attraverso la tecnica di rilevazione della ricerca qualitativa (indagine osservante) si tenta di delineare il rapporto tra l'oggetto guardato e il soggetto guardante, tra lo spazio della rappresentazione e lo spazio della realtà, tra lo sguardo e il significato dell'opera². L'atto del guardare è del tutto individuale perché la percezione estetica è un modo di porsi in relazione con la realtà tramite fattori personali come il vissuto, i ricordi e la propria formazione³.

Nell'osservazione dell'opera si configura la distinzione di natura strutturalista tra *oggetto materiale* e *oggetto estetico o artefatto mentale*:

“mentre il primo termine si riferisce ai supporti materiali della produzione (la tela dipinta, la copia cartacea del libro), il secondo si riferisce alle corrispondenti riproduzioni mentali degli osservatori, ossia alle complesse immagini mentali che differenti ricettori elaborano dinanzi ad uno stesso oggetto materiale, al quale quindi saranno connessi costrutti mentali che variano al variare dell'osservatore”⁴.

La costruzione di tali immagini mentali è tuttavia legata allo stretto rapporto che esiste tra l'opera e il contesto che l'accoglie: l'ubicazione di un'opera all'interno di uno spazio museale fa assurgere la “cosa” al ruolo di oggetto estetico anche sulla base del valore artistico che di volta in volta lo storico dell'arte, il gallerista o il critico hanno ad esso attribuito.

L'indagine osservante studia, perciò, il vicendevole incontro tra l'opera, lo spettatore e la sua interazione con lo spazio museale per comprendere il comportamento del pubblico nonché la rispondenza e l'efficacia comunicativa dell'offerta culturale.

Nell'ambito di tale tecnica il visitatore è “attore passivo” della ricerca in quanto è l'occhio esterno del rilevatore a registrarne i movimenti e a indagare fenomeni quali l'affaticamento o la passeggiata museale. L'indagine osservante svolta sul pubblico della mostra del Simbolismo ha permesso di rilevare alcuni dati socio-anagrafici quali il sesso e l'età (dato registrato in base a quanto supposto dal rilevatore), le modalità di visita (soli o in coppia) e anche le principali direttrici del percorso. Per quanto riguarda la fruizione sono stati ricavati, invece, oltre ai tempi di visita e di osservazione delle singole opere esposte, anche i comportamenti dei visitatori: la lettura delle didascalie, l'avvicinamento del viso all'opera, le indicazioni dei dettagli nel quadro, i tempi e le modalità di lettura dei pannelli informativi. La mostra è stata allestita all'interno del salone centrale della GNAM e sono state esposte più di cento opere tra sculture, dipinti e opere grafiche. Strutture divisorie hanno fissato i confini di spazi e sezioni, lasciando comunque la possibilità di un ampio movimento tra le differenti aree e ritmando il percorso dello spettatore. Su cinquanta osservazioni svolte, il tempo medio di visita alla mostra è stato pari a circa trentanove minuti, mentre la visita più lunga e quella più breve sono state rispettivamente di centodiciotto e di due minuti. I tempi di visita più bassi, compresi tra 1 e 14 minuti, sono stati registrati sui

visitatori che hanno effettuato soltanto una visita parziale delle prime sezioni e che hanno temporaneamente sospeso il percorso per dedicarsi alla collezione permanente del museo. Il tempo di visita più basso in relazione ad una visita totale della mostra è stato pertanto pari a 15 minuti.

Questi dati sul campione osservato evidenziano che le visite alla mostra temporanea sono state mediamente prolungate, soprattutto se si considera che la maggior parte dei visitatori ha scelto di abbinare la visita alla mostra temporanea a quella della collezione permanente e di ripartire il proprio tempo fra le due distinte esperienze museali. I tempi di visita alla mostra si riferiscono principalmente al "comportamento attivo" (osservazione delle opere e lettura del materiale informativo), mentre sono stati sporadici i casi di "passeggiata museale" o "museum cruising", ossia visitare lo spazio espositivo senza soffermarsi su nessun oggetto in particolare. Dall'osservazione condotta la fruizione della mostra è stata effettuata in maniera puntuale e totale dalla maggioranza dei visitatori osservati: i contenuti espositivi delle mostre, infatti, possono essere più facilmente "letti" dal pubblico rispetto a quelli delle collezioni museali, dato che un numero maggiore di oggetti da esporre è più difficile da tradurre in un allestimento chiaro e coerente⁵. Nella presente ricerca, ciò ha consentito al visitatore di muoversi in uno spazio razionale e organizzato⁶ e si è rilevato un livello medio-alto di gradimento rispetto alla lettura dei pannelli informativi: sul totale del campione osservato solo il 14% non ne ha usufruito, il 36% ne ha letti da 1 a 6 e il restante 50% si è soffermato su più della metà⁷. Tali osservazioni trovano riscontro anche nelle note a margine dei questionari somministrati, in cui sono presenti molti apprezzamenti sul materiale informativo della mostra. Il testo scritto ha pertanto favorito l'interpretazione della forma: nell'ambito del movimento simbolista, infatti, le immagini sono allusive e allegoriche ed è necessario tradurne correttamente il significato ultimo, forse più che in altre correnti artistiche⁸. Sul campione osservato, inoltre, non si è registrato un abbassamento del livello d'attenzione riguardo alla lettura dei pannelli: in molti casi il visitatore è tornato a leggere il testo e ad osservare l'opera al fine di comprendere il significato profondo dell'opera e recepire il contenuto del materiale esplicativo. Tali supporti hanno guidato l'osservazione attraverso la descrizione della poetica simbolista e l'interpretazione iconografica delle immagini. Tuttavia, in alcuni casi os-

servati la lettura dei pannelli non è stata accurata, e i tempi medi di visita, pur essendo soddisfacenti, sono risultati distanti dalle medie dei tempi di una visita completa, nella quale le opere e i supporti informativi vengono letti con la dovuta cura. Il visitatore non-specialista generalmente non dedica molto tempo a ogni singola opera, ma tende per lo più a vedere il più possibile e ad avere una visione globale del museo o del tema proposto nella mostra⁹.

Dallo studio svolto si è dedotto che i tempi medi di osservazione delle opere sono stati generalmente al di sotto dei 10 secondi nei quali rientrano anche i tempi di lettura delle didascalie. Il tempo medio di osservazione sul quadro di Klimt è invece nettamente superiore a quello di tutti gli altri: il dipinto, situato nell'ultima sezione, è stato il più osservato della mostra temporanea. Il tempo di lettura media delle opere è, nella maggioranza dei casi, inferiore al tempo necessario per una fruizione adeguata dell'opera: un'osservazione poco analitica rischia di far perdere al visitatore il valore estetico dell'opera e importanti dettagli che spesso ne costituiscono la chiave interpretativa. Si è rilevato, inoltre, che i soggetti che hanno effettuato la visita in coppia si sono accostati ai particolari dei dipinti con più frequenza e facilità, scambiandosi notazioni e richiamando vicendevolmente l'attenzione sui particolari tecnici o iconografici delle opere. I loro tempi di visita sono stati in media più lunghi rispetto a quelli dei visitatori non accompagnati.

Come afferma Daniel Arasse, riferendosi a uno studio condotto da Kenneth Clark sui dettagli dei quadri della National Gallery: "una volta individuati e isolati, i dettagli offrono allo sguardo del lettore le 'ricompense' promesse a un osservatore che 'scruti pazientemente' i dipinti. Tali 'ricompense' hanno effetti sul rapporto tra l'osservatore e il quadro e sulla comprensione di quest'ultimo: 'l'opinione complessiva su un'opera d'arte è costituita da una folla di sensazioni, di analogie, di ricordi e di pensieri diversi: alcuni manifesti, la maggior parte nascosti, alcuni analizzabili, la maggior parte al di là di una possibile analisi'¹⁰.

Osservare un dettaglio e avvicinare il volto all'opera consente al visitatore di apprezzare maggiormente l'oggetto esposto e di annullare la distanza tra l'occhio e l'opera; quest'ultima è in grado di suscitare nello sguardo di chi lo osserva sentimenti come la meraviglia. Tale emozione ragione e causa di ogni ricerca filosofica e anelito dell'uomo, è la capa-

cià di stupirsi di fronte a qualcosa di inaspettato e sconosciuto, e lo stupore, come afferma Roland Barthes è "il timido inizio del godimento"ⁿ. L'osservazione dell'opera d'arte, in conclusione, si può collocare nella dimensione dell'"esperienza estetica e museale" che il pubblico esperisce in un *luogo* nel quale immagina, si ritrova, si commuove e sogna. Conclusa la visita, le emozioni provate e le informazioni apprese entrano a far parte del bagaglio personale di ogni individuo, consolidando l'esperienza museale. In uno dei suoi assemblaggi chiamato *Boîte en valise* e conservato alla Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea, Marcel Duchamp chiuse provocatoriamente in una valigetta una copia in miniatura delle sue opere preferite costituendo una sorte di museo portatile dell'immaginario¹². La relazione tra "arte e mondo vissuto" sembra configurarsi, quindi, come afferma Proust, "nella grandezza dell'arte vera" che consiste "nel ritrovare, nel riafferrare, nel farci conoscere quelle realtà da cui viviamo lontani [...] quella realtà che noi rischieremmo di morire senza aver conosciuta, e che è semplicemente la nostra vita, la vera vita, la vita finalmente scoperta e tratta alla luce, la sola vita quindi realmente vissuta".

¹ Nel lavoro di Giulio Paolini l'oggetto della riflessione è l'arte stessa di cui vengono esibiti gli elementi costitutivi e il retroscena: l'artista, l'osservatore, il processo della visione, i materiali, lo spazio della rappresentazione e l'ambiente reale, il supporto e il retro della tela. Per una monografia sull'autore si veda F. Poli, *Giulio Paolini*, Torino, Lindau, 1990.

² Nell'installazione di Marcel Duchamp, intitolata *Essendo dati: 1) La cascata d'acqua; 2) il gas dell'illuminazione* in cui le varie parti dell'opera vengono solo indicate dall'artista ma non da questo assemblate, è proprio il pubblico e il suo sguardo a dare vita all'opera: dopo che si sono composte le singole unità, il fruitore può infatti sbirciare attraverso un pertugio che apre la vista su un paesaggio e una figura femminile. Solo guardando oltre tale spiraglio l'opera si compie poiché viene "scoperta" dall'occhio attivo e creatore dell'osservatore. Cfr. F. Speroni, *Sotto il nostro sguardo. Per una lettura mediale dell'opera d'arte*, Genova, Costa & Nolan, 1995, pp. 75-90.

³ Cfr. J. Berger, *Sul guardare*, Milano, Mondadori, 2003.

⁴ A.L. Tota, *Sociologie dell'arte. Dal museo tradizionale all'arte multimediale*, Roma, Carocci, 1999, p. 33.

⁵ Per un esempio di *museum cruising* all'interno di uno spazio ospitante una collezione permanente si veda L. Solima, *Indagine osservante sui comportamenti di fruizione dei visitatori della sezione "Partenope e Neapolis" del Museo Archeologico Nazionale di Napoli*, luglio 2002.

⁶ Cfr. L. Bourdeau, J.C. Chebat, *An Empirical Study of the Effects of the Design of the Display Galleries of an Art Gallery on the Movement of Visitors*, in "Museum Management and Curatorship", Vol. 19, n. 1, 2001, pp. 63-73. In questa ricerca i due studiosi hanno indagato il rapporto tra architettura di una galleria d'arte astratta in Canada e i percorsi di visita scelti dal pubblico: ne è risultato che, in generale, il flusso dei visitatori tende a seguire i muri della galleria lungo un percorso relativamente lineare e che raramente i visitatori tornano indietro a riesaminare opere d'arte o a rileggere didascalie. Si è potuto concludere, dunque, che il design dello spazio e le sue caratteristiche architettoniche hanno un ruolo fondamentale nei percorsi di visita seguiti dai visitatori.

⁷ In questi dati rientrano quei visitatori che hanno effettuato solo una visita parziale: ne consegue che se si fosse fatto esclusivo riferimento alle visite complete i dati in percentuale sulla lettura dei pannelli sarebbero risultati di fatto ancor più positivi.

⁸ È necessario precisare che davanti a ogni opera d'arte l'osservatore è sempre chiamato all'individuazione dei codici artistici che formano l'opera e ne determinano il messaggio: tali codici possono essere ritrovati attraverso lo studio del periodo storico-culturale che ha prodotto l'opera e tramite il recupero di quello che Michael Baxandall individua come "occhio del periodo", ossia tutta quella serie di convenzioni pittoriche e consuetudinarie che permettevano l'interpretazione dell'immagine da parte del fruitore dell'epoca (cfr. M. Baxandall, *Pitture ed esperienze sociali nell'Italia del Quattrocento*, Torino, Einaudi, 1978).

⁹ Sul tema dei tempi di osservazione e sull'efficacia di tale modalità di visione si veda J.K. Smith, L.F. Smith, *Spending Time on Art*, in "Empirical Studies of the Arts", Vol. 19 (2), 2001, pp. 229-236.

La ricerca è stata condotta al Metropolitan Museum of Art di New York in cui sono state prese in esame sei opere in esso conservate: *Aristotele con il busto di Omero* di Rembrandt, *I giocatori di carte* di Cézanne, *Madonna in trono con Bambino e santi* di Raffaello, *Le Montagne Rocciose* di Bierstadt, *Washington che attraversa il Delaware* di Leutze e *La tempesta imminente* di Heade. I risultati dell'indagine hanno evidenziato che i tempi di osservazione delle opere in esame sono nettamente inferiori al tempo stimato necessario per fruirne pienamente: si evince allora che la visita a un museo come il Metropolitan, ampio e ricco di oggetti da vedere, abbia nella maggior parte dei casi come scopo quello di vedere quanto più possibile del museo. C'è nel visitatore una sorta di ansia che lo porta a non esaminare un oggetto in particolare ma a spostarsi rapidamente da un oggetto all'altro.

¹⁰ D. Arasse, *Il dettaglio. La pittura vista da vicino*, Milano, Il Saggiatore, 2007, pp. 11-12.

¹¹ Cit. *ivi*, p. 21.

¹² Per la scheda dell'opera si veda S. Pinto (a cura di), *Galleria Nazionale d'Arte Moderna. collezioni. Il XX secolo*, Milano, Mondadori Electa, 2005, p. 124.

Quarta parte

OSSERVAZIONI A MARGINE DELLA RICERCA E PROSPETTIVE

12. L'interazione con il pubblico nell'osservazione empirica

Mariella Pantò

La relazione tra opera e osservatore sembra esprimersi anche nell'interazione instaurata tra il visitatore e l'istituzione museale nel corso dell'osservazione empirica svolta dagli intervistatori durante la fase di somministrazione assistita dei questionari, perché come afferma Denys Riout, "...lo spettatore, stabilisce il contatto tra l'opera e il mondo esterno decodificandone e interpretandone le determinazioni profonde e aggiungendo in questo modo il proprio contributo al processo creativo". L'osservatore, *regardeur*² (visitatore), che è stato chiamato a rispondere alla fase quantitativa e qualitativa della ricerca, ha mostrato interesse ad interagire con i rilevatori: il dialogo instaurato con il pubblico ha evidenziato l'eterogeneità percettiva dei visitatori rispetto alle tematiche contenute nella fase quantitativa della ricerca e ai diversi approcci del pubblico sia all'iniziativa proposta sia all'esperienza museale. È stato fondamentale il rapporto dialogico instauratosi tra rilevatore e pubblico soprattutto in relazione agli aspetti concettuali affrontati nella sezione qualitativa del questionario: la percezione del "bello" nell'arte contemporanea e la definizione d'istituzione museale. Il ruolo del rilevatore, in queste diffuse circostanze, è stato quello di non sottovalutare l'importanza delle apparenti incongruità che spesso hanno svelato acutezze intellettuali e autenticità conoscitiva.

Sulla base del procedimento previsto dal piano di campionamento, il visitatore selezionato ogni tredici ingressi, ha mostrato nella maggioranza dei casi un atteggiamento comunicativo.

L'interazione instaurata tra rilevatore e visitatore ha favorito l'interesse alla compilazione del questionario, anche se per il pubblico italiano, diversamente da quello straniero, è stata una modalità nuova di confronto con l'istituzione museale. In molti casi i commenti e le impressioni del pubblico sarebbero andati persi senza l'ausilio di un rilevatore. A tal proposito è risultato utile adottare la "tecnica ad imbuto" che prevede la formulazione di domande ampie e generali e successivamente domande più

specifiche. Il questionario ha previsto anche la compilazione di due scale Likert³: tale strumento è stato finalizzato a rilevare la dimensione emotiva dell'intervistato in merito alle opere di due sale della collezione permanente: il salone dell'Ercole e la sala dove sono esposte le opere di Burri. I rilevatori hanno prestato particolare attenzione alla compilazione della scala di valutazione affinché i visitatori intervistati non andassero incontro al rischio di *response set*. Ciò al fine di evitare che l'intervistato desse sempre la stessa risposta in modo meccanico, indipendentemente dal significato della domanda⁴. La presenza degli addetti alla rilevazione ha permesso di ridurre il rischio di *acquiescenza*⁵, che avrebbe indotto l'intervistato ad assegnare sempre punteggi alti a tutte le affermazioni, indipendentemente dal loro significato in base ad eventuali tratti della personalità quali timidezza, insicurezza, paura del conflitto (*agreement bias*)⁶. Tra le altre "distorsioni" che possono riscontrarsi nella compilazione della scala Likert i rilevatori hanno prestato particolare attenzione affinché i visitatori non incorressero nell'"effetto attrazione"⁷. Nell'ultima sezione del questionario, inoltre, relativa alla partecipazione ai *focus group* e alle interviste in profondità si è registrata una adesione pari al 23,7% di visitatori italiani e al 7,8% di visitatori stranieri. Sul totale del campione che ha aderito alla fase qualitativa dell'indagine, il 39,3% svolge attività artistiche. Il tipo di formazione sembra essere strettamente connesso alla partecipazione: i "membri del mondo dell'arte", come afferma Becker, sono soggetti che per vari motivi o per interesse hanno a che fare con questo universo⁸.

Nelle note a margine del questionario sono state rilevate, inoltre, alcune osservazioni⁹ del pubblico sull'esperienza museale: "ho trascorso una bella giornata"; "soddisfazione dell'animo"; "bellissima esperienza"; "vorrei stare molto più tempo"; "ritornerò sicuramente"; "l'arte è finita ma voi, bravi, continuate a cercarla!"; "bellissima mostra"; "magnifica esperienza"; "esperienza molto interessante sia dal punto di vista artistico che da quello culturale"; "molto lieto della visita"; "bellissima la mostra di Galileo Chini, non avevo mai sentito questo artista"; "evviva l'arte"; "bisognerebbe fare più pubblicità alla GNAM: è troppo bella per non essere visitata"; "direzione intelligente e competente"; "La Galleria è molto migliorata da qualche anno a questa parte". Numerosi, inoltre, i commenti sugli allestimenti e sui percorsi: "ottima sistemazione delle sculture"; "interessanti di-

dascalie”; “mi è piaciuta molto l'idea del contrasto tra le epoche diverse”; “magnifica sistemazione delle opere del Novecento”; “visite sempre e comunque interessanti”; “visita molto bella così come l'arredamento e la presentazione”; “realmente una bella esposizione”; “bisognerebbe distinguere i percorsi delle visite per bambini da quelli per gli adulti”.

Nel corso delle interviste semidirettive e dei *focus group*, la fase relativa al *reclutamento*^o dei partecipanti è risultata determinante: il contatto telefonico ha permesso di *mantenere il controllo sul processo*^o, costruendo una relazione interpersonale per rafforzare l'interesse a partecipare.

Nei gruppi eterogenei di visitatori che hanno partecipato ai *focus group* sono state osservate anche le dinamiche di leadership e la comunicazione non verbale: il ruolo dei moderatori ha stimolato la partecipazione di alcune persone che manifestavano disagio ad intervenire alla discussione. Si è evidenziato che la differenziazione e condivisibilità dei comportamenti percettivi e dei codici di significazione delle forme e delle immagini sembra essere strettamente connessa alle caratteristiche socio-demografiche della persona. L'approccio al valore informativo, espressivo, psichico e poetico dell'immagine cambia considerevolmente nel corso della vita e svela interessanti meccanismi di autonoma appropriazione culturale e la conversione si realizza attraverso processi logici, intuitivi e analogici. Non impropriamente si potrebbe parlare di una *fenomenologia dell'apprendimento*, quindi di modi della comprensione ricorrenti, che nella percezione sensoriale e nell'elaborazione intellettuale di forme e contenuti si offrono come parti integranti di un pensiero creativo, rigenerativo e per molti aspetti reificativo.

Particolare interesse è stato espresso dal pubblico intervistato riguardo agli eventi culturali promossi dalla GNAM: la proposta di incontri tra artisti e pubblico, quale momento di *loisir*², sembra essere espressione di una volontà nuova di relazione e di condivisione tra l'arte e l'istituzione museale, al fine di sentire un senso di appartenenza all'universo artistico, anche quale momento di interscambio e relazione con gli altri. Le interviste in profondità, che si sono svolte in una delle sale del XX secolo nella quale è esposta l'opera di Giacomo Balla, *Parco dei Daini*³, hanno assunto un alto valore semantico, perché alcuni visitatori hanno manifestato sentimenti di piacevolezza dinanzi all'opera dell'artista esplicitando la funzione “simbolica” del luogo: l'opera ha permesso che i visitatori ap-

prezzassero la cornice urbana entro la quale si inserisce la Galleria nazionale d'arte moderna e ha consentito di esprimere anche inconsciamente l'influenza dei luoghi e dell'architettura sulle emozioni, che, come afferma Debord, reinventa e potenzia la sorpresa e l'emozione della passeggiata architettonica¹⁴. Nella sua opera, infatti, Giacomo Balla "analizza la tematica estremamente attuale del rapporto tra Villa Borghese e la città. L'opera, nata per decorare una parete della sala da pranzo della principessa Bassiano, è strutturata nella forma del polittico, tipica reinvenzione liberty. La grande particolarità che la caratterizza è la composizione di un paesaggio privo di figure, in forma gigante e costituito da grandi pennellate divisioniste¹⁵.

Villa Borghese divenuta "parco delle culture" è da qualche anno, infatti, uno straordinario centro culturale caratterizzato dal sistema museale della città, nel quale transitano tutti i giorni cittadini e turisti per partecipare alle numerose proposte provenienti dalle varie realtà esistenti all'interno dell'area territoriale. Il "sistema" Villa Borghese ha l'obiettivo di *comunicare il luogo* e le sue molteplici attività, ed offrire a cittadini e turisti un'immagine unitaria e coordinata di ciò che accade all'interno di uno dei luoghi più suggestivi di Roma.

Attraverso il metodo dell'intervista semi-direttiva si è potuto conoscere la relazione dell'osservatore con l'opera d'arte anche quale dimensione onirica del visitatore che, come afferma Campbell, nell'esperienza museale si esprime quale sogno divenuto ad occhi aperti, qualità necessaria di ogni esperienza¹⁶. Attraverso le tematiche proposte dall'intervistatore, il visitatore sembra aver potuto compiere quindi un *viaggio nella propria dimensione emotiva*. In questa prospettiva la relazione tra viaggi e musei si realizza in un "viaggio museale": il visitatore muovendo pochi passi vive un'esperienza di grande distanza culturale, geografica e temporale, in una dimensione *altra* "rispetto alla vita ordinaria" diversamente dal turista contemporaneo che percorre grandi distanze in brevissimo tempo¹⁷. Come afferma Giuliana Bruno¹⁸, la rigida "geometria ottica" del *regardeur* (osservatore) è abbandonata in favore di una mappatura mobile emozionale, disegnata dai "sensuosi" viaggi transculturali compiuti attraverso le immagini, immersi nel luogo del "tra", dove *e-mozionarsi* (muoversi fuori) è *com-muoversi* (viaggiare insieme), dove il viaggio reinventa, potenzia, la sorpresa e l'emozione della visita museale. Durante le

interviste la *sorpresa* dello sguardo mobile dell'intervistato ha condotto anche l'intervistatore negli spazi percettivi del visitatore attraverso l'incontro delle forme e delle cose intorno a noi mediante una relazione empatica che ha permesso un comune trasparire, vivere, trasfigurare. Tale relazione si è rivelata espressione della plasticità del mondo intorno a noi in una "estetica del sentire" nella quale l'arte si è configurata come un gioco mutevole di interpretazioni, letture e soluzioni tecniche e un cristallo dalle mille luci multicolori.

¹ Cfr. D. Riout, *L'arte del ventesimo secolo. Protagonisti, temi, correnti*, Torino, Einaudi, 2002.

² Cfr. *ibidem*.

³ Scala ordinale proposta all'inizio degli anni trenta da Rensis Likert che produce variabili con categorie ordinate. Cfr. R. Pavić, M.C. Pitrone, *Come conoscere opinioni e atteggiamenti*, Roma, Bonanno, 2003, p. 61.

⁴ *Ivi*, p. 79.

⁵ Cfr. *ibidem*.

⁶ Cfr. *ivi*, p. 82.

⁷ Per effetto attrazione si intende quando il visitatore è attratto da una sola categoria di risposta. *Ivi*, p. 84.

⁸ H.S. Becker, *I mondi dell'arte*, Bologna, Il Mulino, 2004.

⁹ Le osservazioni tratte dalle note a margine dei questionari sono conservate negli archivi della GNAM e sono consultabili.

¹⁰ Cfr. V.L. Zammuner, *I focus group*, Bologna, Il Mulino, 2003.

¹¹ Cfr. *ivi*, p. 63.

¹² Voce del dizionario Littré che nel 1869 aveva già definito il *loisir* come "tempo libero che resta dopo le occupazioni". Citato in A. Corbin (a cura di), *L'invenzione del tempo libero 1850-1960*, Bari, Editore Laterza, 1996, p. 60. Sul tema si veda inoltre J. Zumazedier, *Sociologia*

del tempo libero, Milano, Franco Angeli Editore, 1993.

¹³ L'opera (olio su tela, datata 1910, cm 190 x 390) è composta da quindici pannelli, ognuno dei quali focalizza alcuni dettagli naturalistici dipinti *en plein air*, secondo un processo analogo a quello del montaggio fotografico. Si veda www.gnam.beniculturali.it/index.php?it/23/opere/81/villa-borghese-parco-dei-daini.

¹⁴ G. Debord, *Guide psychogeographique de Paris: Discours sur les passions de l'amour, Documents relatifs à la fondation de l'Internationale Situationniste 1948-1957*, Copenhague, Le Bauhaus Imaginiste, 1957.

¹⁵ Per ogni riferimento si veda www.gnam.beniculturali.it/index.php?it/23/opere/81/villa-borghese-parco-dei-daini.

¹⁶ C. Campbell, *L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno*, Roma, Edizioni Lavoro, 1992.

¹⁷ A. Appadurai, C. Breckenridge, *Musei per pensare: il patrimonio dell'India in mostra*, in I. Karp, C. Muller Kreamer, S.D. Lavine (a cura di), *Musei e identità: politica culturale e collettività*, Bologna, Clueb, 1999, pp. 142-168.

¹⁸ G. Bruno, *Atlante delle emozioni. In viaggio tra arte, architettura e cinema*, Milano, Mondadori, 2006.

13. L'“esperienza” del museo e gli adolescenti

Martina De Luca

13.1. Premessa

Negli ultimi cinquant'anni l'istituzione museale è stata coinvolta in un processo di cambiamento che ne ha modificato in modo sostanziale forma e funzione. Il progressivo assottigliarsi delle risorse pubbliche, l'esigenza di fornire servizi adeguati alla domanda del pubblico, alle trasformazioni del mercato e delle modalità di consumo culturale, hanno determinato una nuova attenzione nei confronti dei visitatori e del valore della visita museale. Sono cresciuti per quantità e varietà i programmi destinati alle differenti tipologie di pubblico e, allo stesso tempo, si sono affinate le metodologie di analisi e valutazione dell'impatto di queste iniziative.

Il presupposto è la convinzione che i musei e gli oggetti in essi conservati sono elementi civici significativi che stimolano processi di ricostruzione di significati e identitari, del singolo e della comunità. Definitivamente tramontata l'idea del museo “tempio della memoria”, a questa istituzione si chiede di essere un luogo aperto, al servizio del pubblico, dedicato alla diffusione di saperi specifici (artistici, storici, scientifici) e in grado di stimolare forme di apprendimento per tutte le fasce di età². In quanto luoghi dove si propone un sistema di interpretazione i musei si prestano a diventare, nei confronti della comunità di riferimento, strumento di cambiamento sociale, di definizione e negoziazione dei significati, di costruzione di relazioni sociali etniche e culturali³.

Le analisi sul pubblico cessano di diventare uno strumento finalizzato a rilevare esclusivamente i dati socio-demografici del visitatore o a misurare il gradimento di una determinata attività, ma tendono piuttosto a ricostruire in modo pertinente il valore e il portato della esperienza museale e la sua reale efficacia. Non a caso si sono moltiplicate le indagini sperimentali e gli studi teorici che affrontano il problema del valore formativo della visita al museo e della sua capacità di incidere sul bagaglio culturale degli individui e della comunità.

La prima finalità di questo filone di studi e delle iniziative poste in es-

sere è quella di ampliare il numero dei visitatori museali secondo una logica non meramente quantitativa. Il riconoscimento del valore sociale del museo e della cultura implica la necessità di mettere a punto strategie in grado di favorire l'accesso anche a quegli strati di popolazione, tradizionalmente estranei alla frequentazione dei musei e delle istituzioni culturali in genere⁴. Nonostante i dati statistici indicano un aumento dei visitatori, il cosiddetto "non pubblico" rappresenta ancora oggi una componente rilevante della popolazione. Utilizzando, come dato di riferimento, le caratteristiche socio-demografiche dei frequentatori dei musei rilevate dai più recenti studi sui visitatori dei musei italiani, sia a livello locale, sia nazionale, sembrerebbe che non sia cambiato molto dalla storica indagine di Bourdieu e Darbel condotta in Francia alla fine degli anni Sessanta⁵. In realtà – come ci dimostrano questi stessi studi – ci troviamo di fronte a un contesto molto più articolato, con zone di ombra e di luce e sui cui è possibile intervenire con strategie mirate e integrate.

13.2. Gli adolescenti e i musei

Tra le categorie più refrattarie alla frequentazione dei musei rientrano senz'altro gli adolescenti; per questa fascia di età – se si eccettuano le visite cosiddette "coatte", quelle cioè condotte in ambito scolastico – si registra un sostanziale disinteresse alla visita al museo.

Allo stesso modo, in molti musei – anche quelli che più si impegnano sul fronte delle attività educative per le scuole – il dato sulle presenze delle scuole superiori è spesso inferiore a quello degli altri ordini di studi. L'immagine, forse un po' stereotipata, dei ragazzi al museo è quella di un gruppo – il più delle volte annoiato e distratto – che segue, senza afferrare il senso e il significato di quello che sta facendo, le spiegazioni della guida di turno, docente o operatore del museo che sia. Naturalmente non è sempre così, esistono realtà in cui le attività con e per le scuole superiori sono in grado di favorire la partecipazione attiva degli studenti, di stimolare curiosità e processi di apprendimento adeguati alla loro età e formazione. Tuttavia è innegabile che, sia da parte dei musei sia nelle scuole, l'attenzione maggiore per le attività di didattica museale è rivolta alla scuola primaria. E questo avviene, sia perché da un punto di vista metodologico è più forte la tradizione di contributi teorici

e di esperienze sul campo dedicata ai bambini, sia perché la struttura stessa dell'ordinamento scolastico, l'organizzazione dei curricula e dei contenuti disciplinari facilita e, anzi spesso incoraggia, l'utilizzo del museo come strumento educativo nelle scuola primaria. Arrivati alle superiori il rapporto scuola-museo è più frammentario e meno efficace: da una parte, eccettuati pochi casi, la proposta di fruizione del museo è prevalentemente la visita guidata che – se condotta in modo rituale e indifferenziato – non è altro che una lezione in piedi che non prevede nulla di diverso dalle capacità di ascolto richieste agli allievi quando sono all'interno delle loro classi, con l'aggravante della scomodità e della fatica fisica. Dall'altro – nonostante nella copiosa documentazione che ha accompagnato i travagliati tentativi di riformare la scuola italiana nell'ultimo decennio, il richiamo al valore educativo del museo e del patrimonio ritorna di frequente – nella pratica molto spesso queste indicazioni sono disattese. In linea di massima si percepiscono le attività museali prerogative degli insegnamenti specialistici (storia dell'arte, storia, scienze ecc. a seconda della tipologia della collezione), e ancora troppo spesso sono concepite come momento di svago o, nel migliore dei casi, finalizzate a "esporre" gli studenti alla fruizione museale, nella convinzione che questo di per sé possa essere sufficiente per determinare un cambiamento dell'atteggiamento degli adolescenti nei confronti delle istituzioni culturali e che si possano comunque conseguire dei risultati in termini di apprendimento.

Si tratta di considerazioni di carattere generale che non sono certo sufficienti a spiegare la scarsa attitudine da parte dei giovani a frequentare i musei; tanto più che se guardiamo ai dati relativi alla fruizione spontanea per la fascia di età compresa tra i quindici e i vent'anni, scopriamo che spesso la percentuale dei visitatori compresi in questa categoria non supera il 5% del totale dei visitatori di un museo.

Se consideriamo la prospettiva del museo, questa fascia di pubblico è – da un punto di vista strategico – molto importante in quanto non soltanto possono rappresentare una parte consistente dell'utenza museale attuale, ma soprattutto sono i potenziali fruitori del domani. La teoria economica dell'*addiction culturale*, ormai ampiamente accettata e condivisa, postula che gran parte del consumo culturale del presente dipende strettamente dalla quantità e qualità del consumo del passato. Le esperienze

di fruizione e consumo di cultura si trasformano in bagaglio di conoscenze che alimenta la necessità di nuovi consumi in una logica appunto di "dipendenza culturale"⁶. Inoltre diversi studi empirici dimostrano la correlazione tra la fruizione in età scolastica del museo e gli atteggiamenti del pubblico in età adulta⁷. Queste considerazioni hanno spinto studiosi di differenti discipline a indagare questo particolare segmento di pubblico e a proporre e sperimentare strategie di mediazione in grado di coinvolgere il pubblico giovanile.

13.3. Il contributo degli studi sui visitatori

Da più di un decennio esperti di analisi sul pubblico della cultura hanno condotto ricerche a differenti livelli per studiare il fenomeno della scarsa attitudine dei giovani e, in particolar modo degli adolescenti, a frequentare i musei. In maniera analoga a quanto avviene per tutti gli studi sui visitatori, maggiore interesse e continuità nelle indagini su questa porzione di popolazione si registrano in paesi come Stati Uniti, Canada, Australia, Gran Bretagna e, in certa misura, anche in Francia. In Italia non sono mancate ricerche e analisi sul campo ed è a queste che principalmente si intende ora fare riferimento. Il primo problema che si pone nel tentativo di integrare e confrontare gli esiti di questi studi è che non sono omogenei per scelta di popolazione, metodo di campionamento e strumenti di indagine; tuttavia è opportuno considerarli nel loro insieme al fine di offrire una lettura prospettica del fenomeno.

L'indagine che forse per prima ha affrontato il problema del rapporto tra giovani e musei è quella promossa dall'Ufficio Studi del Mibac nel 1998⁸. Nonostante la ricerca prenda come riferimento la popolazione dei giovani tra i diciannove e i trent'anni di età, e dunque non abbracci il periodo dell'adolescenza, è in ogni caso un documento importante in quanto testimonia di un tempestivo interesse della amministrazione centrale a occuparsi del problema, propone una metodologia e degli strumenti di ricerca da considerare in occasioni di successive indagini e, soprattutto, alcune riflessioni sono utili anche per coloro che si occupano specificamente degli adolescenti.

La ricerca è stata condotta tramite interviste telefoniche, realizzate sulla base di un questionario appositamente predisposto. Concepita come

indagine-pilota ha preso in esame i giovani residenti in Veneto e Campania, senza avere l'intenzione di fornire dati riferibili a tutto il contesto nazionale. Sulla scorta di quanto già realizzato precedentemente all'estero il questionario ha inteso approfondire tematiche tra cui il rapporto con le altre attività del tempo libero, la frequenza dei "luoghi culturali", le modalità di visita, le ragioni della mancata visita e le condizioni che potrebbero favorire una maggiore frequenza. Dai dati raccolti emerge, tra l'altro, una notevole difficoltà a indicare le motivazioni per la mancata visita⁹, mentre un numero relativamente modesto di intervistati la imputava a cause come "luoghi poco adatti ai giovani" o "luoghi noiosi"¹⁰. Questa alta concentrazione di risposte ha indotto i ricercatori a ipotizzare una concreta difficoltà degli intervistati a esprimere le reali motivazioni della non frequentazione dei luoghi culturali, per disabitudine ad una specifica analisi oppure per reticenza nel rispondere alla domanda. Ulteriore dato da tenere presente è che gli interventi più rilevanti per incentivare le visite sono soprattutto legati alle facilitazioni economiche, seguite dall'informazione generale e dal prolungamento degli orari di apertura. Sembra in questo caso confermarsi quanto ribadito più volte in letteratura che la variabile prezzo è cruciale per i consumatori non abituali, quali appunto la categoria adesso in esame".

Successive a questa ricerca sono due indagini condotte a livello locale, nella province di Trento Rovereto e di Modena, tra il 2000 e il 2006. La prima indagava su di un campione stratificato pluristadio composto da studenti dai tredici anni (III media) ai diciotto anni (IV superiore)¹¹. Gli strumenti utilizzati sono stati: un questionario e trenta interviste in profondità condotte con adolescenti. Oltre ai dati socio-demografici, che includevano informazioni anche relative al livello di studio dei genitori, i questionari erano strutturati al fine di coprire, tra l'altro, le seguenti aree di indagine: abitudine, motivazioni alla visita e conoscenza dei musei; motivazioni della mancata frequentazione, insegnamento della storia dell'arte, significato attribuito alle "gite scolastiche" e rapporto scuola-museo. La struttura del questionario che ha permesso di incrociare informazioni e dati differenti ha fornito dati su cui è opportuno riflettere. Se è vero che la frequentazione museale, per la fascia d'età considerata, si limita nella stragrande maggioranza dei casi a quella effettuata in ambito scolastico e che oltre il 50% degli intervista-

ti non sa se parteciperebbe a una visita effettuata al di fuori dell'orario scolastico, tuttavia solo per una minoranza (16%) soffermarsi a parlare con il personale didattico durante o dopo la visita per "esprimere le proprie osservazioni", "chiarire dubbi", "verificare ciò che si appreso" o "parlare delle emozioni suscitate" è un modo per "perdere un po' di tempo". Allo stesso modo per incentivare la fruizione gli intervistati suggeriscono di garantire, prima di tutto, l'ingresso gratuito, ma anche la preparazione della visita a scuola, attraverso discussioni, ricerche e proiezioni di film. In generale emerge l'esigenza da parte degli studenti di essere protagonisti attivi e consapevoli delle attività svolte al museo. Con l'intento di verificare l'assunto per cui il bagaglio personale di conoscenze influenza le modalità e la natura dell'esperienza della visita, una parte del questionario era dedicato a indagare la rilevanza percepita dagli studenti dell'insegnamento della storia dell'arte. Nel complesso, gli adolescenti non ritengono che dedicando maggiore spazio alla storia dell'arte nelle ore curriculari, faciliti la fruizione del museo. Soprattutto nelle scuole ad indirizzo tecnico questa è ritenuta una materia superflua e, in generale, il voto medio di importanza per il campione è 6. Infine per quanto riguarda la scarsa fruizione dei musei in Italia da parte dei giovani oltre alla più volte ribadita percezione del museo come luogo chiuso, noioso, con orari scomodi, prevale l'indicazione "non ci si pensa" che ancora una volta sembra ribadire il principio valido per molte altre categorie di non-visitatori, che la visita al museo non rientra nei propri bisogni ed interessi. L'incrocio con alcune variabili socio-demografiche evidenzia che il livello di studio dei genitori genera significative differenze di approccio al museo da parte degli studenti, così come chi abita in provincia risente della minore consistenze dell'offerta museale. Una ulteriore differenza si registra tra gli studenti delle superiori di area umanistica e quelli di area tecnica e infine una differenza significativa si riscontra tra le diverse età: mentre i ragazzi di III media e IV superiore esprimono giudizi anche positivi sui musei, i quindicenni non li frequenterebbero neanche durante l'orario scolastico e li trovano complessivamente "noiosi".

Sia pure operando una forte semplificazione, si può affermare che dall'indagine emerge un complesso sfaccettato dell'universo adolescenziale sulla cui percezione del museo e della sua frequentazione incidono in

modo significativo numerose variabili che è importante tenere in considerazione nella fase di progettazione di attività mirate per questa categoria di pubblico.

L'indagine più recente, significativamente intitolata *Io non vado al museo*, è stata promossa dalla Provincia di Modena e realizzata dalla Fondazione Fitzcarraldo di Torino¹³. L'approccio prescelto in questo caso è stato prevalentemente qualitativo in accordo con le finalità della ricerca anche questa era orientata ad andare oltre i luoghi comuni e le immagini stereotipate dei giovani al museo. Per questo motivo è stato adottato lo strumento del *focus group* che ha coinvolto circa novanta studenti di cinque istituti superiori¹⁴ di Modena tra i quattordici e i diciannove anni. Anche in questo caso la formazione del campione è stata orientata in modo da poter rilevare differenze e omogeneità di atteggiamento e percezione del museo correlate, a esempio, alle due differenti fasi dell'adolescenza, alla condizione socio-economica e al background familiare e alla tipologia di percorso formativo. I risultati dell'indagine sono stati lo spunto per una serie di riflessioni¹⁵ e, soprattutto, forniscono alcuni importanti suggerimenti per l'elaborazione di strategie idonee a favorire l'accesso al museo da parte dei ragazzi. In primo luogo, dagli incontri con gli studenti, emerge una sostanziale difficoltà a gestire il proprio tempo libero, ritenuto per lo più poco e frammentato; la predilezione per forme di consumo culturale in cui la componente socio-relazionale è dominante, la necessità – più volte ribadita nella letteratura specifica – del bisogno di confronto e condivisione con gli altri delle esperienze anche culturali, il che spiega – tra l'altro – il successo di partecipazione giovanile a manifestazioni come i festival e le "Notti bianche". In questo scenario la visita al museo, intesa in senso tradizionale, si accompagna più all'idea di una fruizione individuale e contemplativa e dunque distante dai bisogni dei giovani, tanto è vero che una inclinazione più aperta si riscontra nei confronti della mostra temporanea, che viene spesso percepita come evento. Al museo si rimprovera l'eccessiva normatività, il senso di chiusura, di lontananza e vi si associa l'idea di un luogo che, come la scuola, è deputato alla trasmissione delle conoscenze. Più che dai contenuti del museo, gli adolescenti sembrano piuttosto respinti dalle modalità di conduzione della visita: la guida è equiparata all'insegnante, le sue spiegazioni sono raramente interessanti e

l'impianto stesso della visita, che segue un percorso predefinito, è sentito come una limitazione della propria libertà di scelta e di movimento, amplificando quel senso di costrizione determinata dall'imposizione di codici di comportamento ben definiti, dalla presenza di ambienti poco confortevoli e di allestimenti ritenuti inadeguati. Le esperienze al museo sono ricordate e valutate in modo positivo solo quando hanno fatto leva sulla dimensione emotiva e sono state in grado di attivare processi di coinvolgimento affettivo e di immedesimazione. In modo del tutto analogo al gruppo di studenti utilizzati nella predente ricerca, i giovani modenesi chiedono al museo di attivare percorsi e modalità di visita che stimolino la loro attiva partecipazione e, parimenti, questa ultima indagine registra variazione di opinioni e atteggiamenti in relazione alla età, alla tipologia di scuola frequentata e al complesso del contesto socio-demografico.

Le considerazioni che possono scaturire dall'analisi comparata delle indagini fin qui sommariamente descritte e che si evincono anche dalla lettura dei relativi rapporti di ricerca, possono diventare un utile strumento per chi – da punti vista differenti – sia interessato a migliorare qualità e quantità della fruizione museale da parte degli adolescenti. Indubbiamente un miglioramento delle condizioni di accessibilità, con particolare riferimento alla variabile costo del biglietto di ingresso è sicuramente auspicabile soprattutto, ma non solo, per favorire la visita in ambiti non scolastici⁶. Ma questo non basta; emergono infatti ulteriori ed importanti elementi di riflessione. Prima di tutto il ruolo della scuola che, nonostante sia la modalità con cui la stragrande maggioranza dei giovani si avvicina al museo, rischia – in una prospettiva di educazione al consumo libero e individuale – di diventare controproducente. Il museo, in quanto visitato prevalentemente con la propria classe, finisce per essere vissuto esclusivamente come un luogo di apprendimento formale, di trasmissione delle conoscenze al pari di quanto accade nelle aule scolastiche. Perché dunque spendere il proprio tempo libero in un'attività che già impegna gran parte della giornata? Inoltre si tratta di un'attività che è spesso associata a un senso di noia in quanto incentrata sulla contemplazione passiva degli oggetti piuttosto che sul confronto e la condivisione. Su questo punto i ragazzi sembrano avere le idee molto chiare e auspicare una modalità di fruizione in cui sia dato spazio alla

possibilità di interagire, confrontarsi, risistemizzare il valore e il significato della esperienza della visita. Ancora in relazione alla scuola sembra emergere quanto sottolineato da altre ricerche in ambito pedagogico: la difficoltà attraverso l'azione educativa a favorire forme di eguaglianza sociale e culturale. Dai dati riportati risulta che, ancora oggi, l'influenza della famiglia di origine, del titolo di studio dei genitori è una variabile importante che incide sulla percezione e sull'abitudine alla fruizione museale.

13.4. L'esperienza del museo per i giovani: temi e prospettive

Fin qui i dati che trovano conferma e riscontro anche nelle indagini realizzate in altri contesti geografici: il museo per molti giovani è una realtà lontana in quanto è associata all'idea di passato e questo contrasta con le aspirazioni di una generazione che vive nel presente ed è proiettata nel futuro; è spesso legato al ricordo di una esperienza scolastica poco gratificante e non sembra essere un luogo dove condividere esperienze, discutere, scambiare impressioni ed emozioni; e infine si rimprovera al museo di proporre attività che non vanno oltre la visita guidata tradizionale o laboratori ritenuti spesso, per le modalità con cui sono condotti, "cose per i bambini".

Lavorare con gli adolescenti significa dunque cercare di abbattere queste barriere, che sono dunque soprattutto barriere di tipo culturale; per questo i pur lodevoli tentativi di favorire la continuità nell'accesso al museo attraverso iniziative che prevedono una tantum l'ingresso gratuito, rischiano di non sortire l'effetto desiderato. Per una volta, magari di sera, gruppi di giovani festanti entreranno nei musei della loro città, ma non è detto che questo determini un significativo cambiamento nelle loro attitudini e comportamenti. Piuttosto occorre lavorare sugli strumenti e sulle modalità per rispondere ai bisogni di questa fascia particolare di pubblico. In prima battuta, come dimostrano proprio le analisi qui descritte, è opportuno distinguere le varie fasi dell'adolescenza che presentano caratteristiche e bisogni specifici non omogenei.

E ancora molto si può fare a cominciare dal lavoro con le scuole: per migliorare la qualità delle attività educative proposte negli istituti di istruzione secondaria è necessario conoscere meglio quali sono le desidera-

te, le aspettative dei docenti, ma anche i limiti e le costrizioni che impediscono una proficua collaborazione tra scuola e museo. Non sono infatti molte le ricerche promosse fino a questo momento per indagare le modalità d'uso del museo in ambito didattico da parte dei docenti⁷; per questo motivo è attualmente in corso presso la Galleria nazionale d'arte moderna di Roma una rilevazione per conoscere quali e quante scuole ed istituti formativi frequentano oggi il museo, quale forma e quale settore delle collezioni utilizzano maggiormente⁸. A questa rilevazione si accompagna la somministrazione di un questionario a un campione di docenti che insegnano nei diversi ordini di scuole (con esclusione delle scuole dell'infanzia), ubicate nella Provincia di Roma. Il questionario mira a rilevare dati più complessi che possano far luce sulle difficoltà che oggi gli insegnanti incontrano nell'utilizzo del museo come strumento didattico e quali possono essere gli strumenti per favorire l'incontro tra le due istituzioni nell'attuale contesto normativo.

Ma soprattutto, e questo è anche uno degli scopi delle ricerche condotte tra i giovani, è necessario affinare le metodologie di approccio al museo; esiste ormai una vasta letteratura che sottolinea e analizza le specificità dell'apprendimento museale come apprendimento attivo in cui i ragazzi seguono un percorso di costruzione delle conoscenze che coinvolge anche la sfera emotiva. L'obiettivo, però, non è solo quello di approfondire gli argomenti legati al curriculum, ma anche di educare i giovani alla familiarità con l'arte e con i musei. La maggior parte di noi da sempre è stata abituata a convivere con libri e dischi, la stessa cosa non si può dire per le arti visive e, nonostante viviamo immersi e circondati di prodotti visivi, non abbiamo nessuna certezza che, soprattutto le giovani generazioni, abbiano familiarità con l'arte o possano averla in un futuro. La visita al museo con la scuola può aiutare gli studenti a correlare l'arte alle loro esperienze personali; l'arte ci parla di temi universali e quotidiani: la guerra, l'ambiente, la religione, la cultura, l'uomo ecc., ma se gli studenti non riescono a comprendere questi aspetti dell'esperienza artistica perché vi dovrebbero tornare? È importante per questo, nel costruire una visita al museo, considerare con attenzione le esperienze individuali, le attitudini, le abilità di ogni singolo studente e permettere loro di formulare una propria interpretazione di ciò che vedono. Solo nel momento in cui i giovani sentiranno l'esperienza museale come una

esperienza correlata al loro vivere quotidiano, percepiranno il museo non più come un luogo chiuso e polveroso e cominceranno ad apprezzare le opere d'arte, al pari di quanto già fanno con i libri e/o con la musica. E questo vale ovviamente anche per le attività proposte al di fuori del circuito scolastico.

Allo stesso modo, il museo può diventare un luogo dove scambiare esperienze, confrontare le proprie opinioni sia con i coetanei, sia con gli esperti. E questa sembra essere la loro richiesta almeno a giudicare dagli esiti delle ricerche condotte in Italia e all'estero sull'argomento: i giovani preferiscono visitare il museo in compagnia dei loro coetanei, poter scegliere cosa vedere, in base ai loro personali interessi e curiosità. Non amano le visite guidate e sono spesso diffidenti nei confronti di apparati, come le schede preimpostate di lettura e analisi degli oggetti, che limitano le opportunità di scoperta dello spazio museale e delle opere in esse conservate. Ma per sentirsi a proprio agio in un ambiente ed apprezzarlo è necessario essere in grado di orientarsi. Gli spazi museali sono, invece, spazi complessi inusuali, soprattutto rispetto a quelli che i giovani sono abituati a frequentare. La soluzione, di conseguenza, non potrà essere altro che la ricerca di un delicato equilibrio tra il rispetto del bisogno di libertà e di autonomia dei giovani e la necessità di garantire strumenti e forme di mediazione in grado di accompagnarli nel processo di scoperta del museo.

Questa ultima caratteristica accomuna il pubblico adolescente ad altre categorie di visitatori, ed enfatizza ancora una volta la centralità delle attività di mediazione nel rapporto tra museo e pubblici. Mediazione che non necessita di strumenti e tecnologie sofisticate, ma che nel caso dei giovani si sostanzia nella capacità di adattare il museo e i suoi contenuti alle particolari esigenze di quella fascia d'età che si trova nella fase di costruzione della propria identità, e – come si è visto – non è interessata all'accumulo di conoscenze e apprezza non tanto gli aspetti contemplativi della fruizione museale, quanto la possibilità di diventare protagonista attiva di una esperienza complessa, che possa anche generare prodotti concreti¹⁹.

In questa direzione si orientano i numerosi programmi che, all'estero con maggiore determinazione e continuità²⁰ e in Italia in modo più frammentario, tentano di avvicinare gli adolescenti ai musei. E in questo con-

testo si muove anche la ricerca in corso presso la Galleria nazionale d'arte moderna di Roma che, dopo aver indagato sulla struttura della domanda da parte delle scuole, intende misurare l'efficacia delle attività rivolte agli studenti delle superiori per valutare l'acquisizione di conoscenze e competenze relative con modalità di apprendimento peculiari alla realtà museale e, soprattutto, valutare la capacità di incidere nella formazione delle competenze del fruitore stimolando, in prima battuta, la fruizione spontanea del museo e dei beni culturali.

¹ I. Karp Muller, C. Muller Kremer, S.D. Lavine, *Musei e identità. Politica culturale delle collettività*, Bologna, Clueb, 1995.

² L'affermarsi della cosiddetta società della conoscenza e la maturata convinzione che l'apprendimento non finisce con il termine degli studi all'interno di un percorso strutturato (scuola, università ecc.), ma è un processo che continua lungo tutto l'arco della vita, hanno contribuito a riconsiderare secondo una diversa prospettiva il valore educativo di musei e patrimonio. In particolare l'idea che "l'apprendimento è ovunque" e che si impara con differenti modalità aprono inediti orizzonti per l'utilizzo dei beni culturali in un'ottica di formazione e crescita individuale e collettiva. Su questo argomento cfr. *Musei e apprendimento lungo tutto l'arco della vita. Un manuale europeo*, a cura di K. Gibbs, M. Sani, J. Thompson, Ferrara, Editai, 2007.

³ M.V. Marini Clarelli, *Che cos'è il museo*, Roma, 2005.

Sul tema dell'educazione al patrimonio in chiave interculturale cfr. S. Bodo, S. Cantù, S. Mascheroni, *Progettare insieme per un patrimonio interculturale*, Quaderni ISMU, 1/2007, Fondazione ISMU, Milano 2007 e il sito <http://www.ismu.org/patrimoniointercultura>

⁴ Sul tema dell'accesso alla cultura cfr. "Economia della Cultura", XVI, 2/2006.

⁵ P. Bourdieu, A. Darbel, *L'amore dell'arte: leggi sulla diffusione culturale. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Rimini, Guaraldi, 1972.

⁶ G.J. Stigler, G.S. Becker, *De gustibus non est disputandum*, in "American Economic Review", 67/1977.

⁷ Tra gli altri cfr. E. Nardi, *L'esperienza del museo. Una indagine sul pubblico in Italia*, in *Musei e pubblico. Un rapporto educativo*, a cura di E. Nardi, Milano, Franco Angeli, 2004.

⁸ *I giovani e il museo. Indagine pilota sui giovani di 19-30 anni di età residenti in Campania e in Veneto*, a cura di A. Maresca Compagna, E. Bucci, S.C. Di Marco, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Ufficio Studi, 1998.

⁹ La domanda prevedeva un set di risposte e per ultima "motivi non definiti"; questa è stata indicata da più del 47% dei giovani in Campania e più del 33% nel Veneto.

¹⁰ Rispettivamente 13, 5% in Campania e 2,9% in Veneto e 12,2% in Campania e 3,9% nel Veneto.

¹¹ C. Fuortes, G. Coppa, *Domanda culturale, segmentazione e prezzo. L'auditorium di Roma*, in "Economia della Cultura", XVI, 2/2006 pp. 159-170; W. Santagata, *La fabbrica della cultura*, Bologna, Il Mulino, 2007.

¹² Una sintesi del rapporto di ricerca presen-

tato nel 2000 in occasione della 3rd Conference of the International Society for Quality of Life Studies è pubblicata in V.L., Zammuner, *La fruizione museale: un'esperienza complessa di natura sociale, cognitiva ed emozionale*, in *I valori dell'arte*, a cura di C. Frateschi e M. Mistri, Roma, Carocci, 2006.

¹³ Curata da Alessandro Bollo, la ricerca è stata presentata lo scorso anno al convegno "Musei giovani. Idee, progetti e passioni. I musei si muovono con te", di cui sono stati ora pubblicati gli atti: *Musei giovani. Idee, progetti e passioni. I musei si muovono con te. Atti del Convegno*, a cura di L. Longagnani, Modena 2006. Cfr., inoltre, *I pubblici dei musei. Conoscenze e politiche*, a cura di A. Bollo, Milano, Franco Angeli, 2007.

¹⁴ 1 Liceo Classico, 1 Liceo Scientifico, 2 Istituti Tecnici, 1 Istituto Professionale.

¹⁵ Cfr. *Musei giovani...*, cit.

¹⁶ La normativa statale sui musei prevede attualmente l'ingresso gratuito a musei monumenti, gallerie, aree archeologiche statali per i giovani fino ai 18 anni e per particolari categorie di studenti e una riduzione del 50% per la fascia d'età compresa tra i 18 e i 24 anni. Per quanto riguarda i musei di proprietà di enti locali e privati l'accesso è regolato secondo norme e convenzioni stabilite di volta in volta dall'ente proprietario e/o gestore. È da rilevare che numerose amministrazioni locali promuovono sconti, agevolazioni attraverso card o altre forme di abbonamento, nonché prevedono giornate di accesso gratuito. Allo stesso tempo, però non di rado accade che venga richiesto la prenotazione obbligatoria con modalità di pagamento per i gruppi – compresi quelli scolastici – piuttosto complesse e farraginose, tanto da scoraggiare la visita al museo da parte delle scuole e, inoltre, per molte delle mostre temporanee le agevolazioni sono molto ridotte. L'importanza della riduzione dei costi per stimolare l'accesso ai musei e alla cultura da parte dei giovani è ribadita anche da una ricerca condotta dal CTS: cfr. AA.VV., *Consumi culturali e creatività nelle politiche giovanili: linee di tendenze e prospettive*, in *La cultura per un nuovo modello di sviluppo*, a cura di Roberto Grossi, IV Rapporto Annuale Federculture, Torino, Allemandi editore, 2007.

¹⁷ Tra i lavori più recenti realizzati in Italia si ricorda l'indagine condotta da Antonella Nuzaci realizzata in occasione di un dottorato di ricerca e pubblicata nel 2001. Sicuramente il problema è stato affrontato con maggiore sistematicità e continuità in ambito internazionale: G. Zerafa, *Teacher and Audience Inve-*

stigation, Canberra National Museum of Australia, 2000. Per una veloce rassegna delle ricerche in questo ambito cfr. J.H. Falk, Lynn D. Dierking, S. Foutz, *In Principle, in Practice. Museum as Learning Institutions*, Plymouth, Altamira Press, 2007, pp. 33-34.

¹⁸ La ricerca è promossa dalla Università degli Studi di Roma "La Sapienza" - Dottorato di ricerca in Pedagogia sperimentale e si svolge in collaborazione con i Servizi Educativi e con l'Osservatorio sul pubblico della GNAM operanti all'interno del museo. Al fine di ottenere dati significativi la rilevazione proseguirà per i prossimi due anni scolastici e non si esclude il coinvolgimento di altri musei, possibilmente localizzati in altre aree geografiche, per poter effettuare delle analisi comparate.

¹⁹ Si veda, a esempio, il successo di iniziative in cui si chiede ai ragazzi di realizzare delle visite guidate ai musei o al patrimonio culturale della propria città. Si tratta di iniziative condotte a livello nazionale – come avviene nel caso di programmi quali quelli promossi dal FAI o nel solco della tradizione de "La scuola adotta un monumento" – e/o locale come è accaduto con il programma *AmbasciaTorino*, curato dal Settore Musei del Comune di Torino.

²⁰ In particolare in Gran Bretagna, da anni, sia i singoli musei, sia le agenzie governative preposte alla cultura e all'educazione pro-

muovono e seguono progetti e programmi indirizzati a questa fascia d'età anche in ambito non scolastico, con una particolare attenzione a promuovere processi di monitoraggio e valutazione e diffusione dei risultati. Tra le iniziative più rilevanti rientrano il programma *Young people and museum*, cui si deve anche un agile vademecum per gli operatori museali, tradotto anche in italiano (S. Rider, *Linee guida per lavorare con successo con gli adolescenti al museo*, in *La qualità nella pratica educativa al museo*, a cura di M. Sani e M. Trombini, Bologna, IBC Emilia Romagna, 2003, pp. 128) e, più recentemente, *Inspiration, Identity, Learning. The Value of Museum*, che, avviato nel 2003, segue e valuta alcuni programmi per le scuole realizzati appositamente nei musei nazionali e regionali. Nell'ultima edizione dodici musei nazionali e cinquanta musei locali sono stati coinvolti in attività, indirizzate in particolar modo alle scuole superiori; mentre con il programma *Enquire*, si è focalizzata l'attenzione sulle potenzialità educative dei musei di arte contemporanea in relazione alle giovani generazioni (www.enquire.org).

²¹ A tal fine sono stati predisposti dei dossier tematici per coadiuvare i docenti nella preparazione della visita alla Galleria. I dossier sono pubblicati sul sito del museo.

14. Osservazioni conclusive

Maria Mercedes Ligozzi e Stefano Mastandrea

Nel pubblico della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea l'"esperienza estetica e museale" sembra configurarsi in un'"estetica del sentire" che delinea il profilo del visitatore della GNAM. Dai risultati emersi, il pubblico ha un alto livello d'istruzione ed è composto maggiormente da professionisti e studenti. Si è rilevato, inoltre, un alto interesse dei visitatori per la continuità storico-artistica delle opere della collezione permanente del XIX e del XX secolo e si è registrato un alto livello di gradimento delle opere e degli allestimenti. Nella concezione del pubblico, il museo si definisce nell'ambito di un universo simbolico che delinea due orientamenti diversi: "centro vitale di confronti e di scambi sociali intensi" e "luogo di conservazione ed esposizione". L'esperienza museale dei visitatori sembra delinearsi nella categoria conoscitiva definita: "imparare ammirando". La partecipazione e l'interesse del pubblico alla ricerca qualitativa (*focus group* e interviste) hanno evidenziato, inoltre, un approccio interattivo e propositivo del pubblico con l'istituzione museale. Nel corso dell'indagine empirica sono stati registrati tempi medi di osservazione delle opere nelle medie degli standard internazionali. Circa il 70% del pubblico impiega tra una e due ore per compiere la visita. Nell'indagine osservante è stato rilevato un tempo di sosta pari a due minuti per circa il 50% del campione osservato, mentre circa il 30% impiega oltre i quattro minuti. Si registra dunque una certa variabilità: persone che si fermano a un'impresione superficiale delle opere, mentre altre hanno una fruizione attenta e accurata anche attraverso la lettura dei pannelli e delle didascalie.

L'eterogeneità della fruizione museale e della percezione del pubblico ha evidenziato modalità di visita e di "godimento estetico" molto diversificate che tuttavia coniugano l'esperienza estetica e quella cognitiva.

La dimensione allegorica della poetica simbolista indagata nel corso della ricerca sulla mostra del Simbolismo ha mostrato alcune connessioni tra l'universo simbolico e la percezione del pubblico: tra le figure emblematiche delle tematiche simboliste, la malinconia, il sogno e l'inconscio

hanno riscosso maggior interesse. Le opere, gli aspetti architettonici e l'allestimento hanno contribuito alla valutazione dell'esperienza museale: l'atmosfera complessiva della mostra è stata definita dal pubblico "coinvolgente" e "sognante".

Nell'ambito dell'indagine si è osservata una elevata disponibilità del pubblico alla partecipazione delle diverse fasi della ricerca. I visitatori si sono sentiti interlocutori attivi in un processo che aveva lo scopo di comprendere, approfondire e migliorare la funzione comunicativa del museo. L'esperienza museale e quella estetica sembrano configurare, quindi, quel rapporto tra oggetto estetico ed "esperienza estetica" che Dufrenne identifica come "circolarità definitoria" quale relazione tra soggetto-oggetto.

L'indagine qualitativa (che ha rispettato le tecniche della ricerca antropologica, sociologica e psicologica) ha permesso di indagare l'esperienza e la conoscenza museale al fine di cogliere quella dimensione emotiva definita "emozione estetica". La ricerca sul pubblico della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea ha intrecciato diversi approcci disciplinari al fine di approfondire e di verificare empiricamente la relazione tra l'"arte e il mondo vissuto" attraverso l'"esperienza estetica" (*Erlebnis*) e museale dei visitatori, quale universo simbolico e interpretativo del pubblico dell'arte.

Ringraziamenti

Si ringraziano tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione dell'indagine sul pubblico della GNAM. Innanzitutto i visitatori della Galleria nazionale d'arte moderna e contemporanea per l'interesse mostrato all'iniziativa e per la disponibilità a raccontare la loro esperienza al museo. Gli studenti della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università "La Sapienza" di Roma, delle Facoltà di Lettere e Filosofia, di Scienze della Comunicazione e di Scienze dei Beni Culturali dell'Università "Tor Vergata" di Roma, e gli studenti del Master in Studi Storico Artistici e di Tutela e Valorizzazione del Patrimonio Culturale e dell'Ambiente dell'Università LUMSA di Roma. Clementina Conte, responsabile dell'accoglienza ai visitatori, e gli addetti alla biglietteria della GNAM, in particolare Stefania Mercuri e Maria Bontempi. Si ringraziano, inoltre, Massimo Licoccia, Paola Castrignanò, Giovanna Coltelli, Elena Di Majo, Federico Lardera, Massimo Licoccia, Alessandro Liguori, Keila Linguanti, Carlo Malinconico, Stefania Maninchedda, Stefano Marson, Carla Michelli, Anna Rita Nappi e il Servizio affari generali e del personale gli addetti ai Servizi di vigilanza e accoglienza.

Bibliografia

a cura di Irene Corsetti e Maria Mercedes Ligozzi

- Esthétique et phénoménologie en mutation*, in "La Part de l'Oeil", n. 21-22, 2006-2007.
- AA.VV., *Musei giovani. Idee, progetti e passioni. I musei si muovono con te. Atti del Convegno*, a cura di L. Longagnani, Modena 2006.
- A. Abruzzese, *Arte e pubblico nell'età del capitalismo: forme estetiche e società di massa*, Venezia, Marsilio, 1973.
- F. Antinucci, *Comunicare nel museo*, Roma, Laterza, 2005.
- D. Arasse, *Le Détail. Pour une histoire rapprochée de la peinture*, Paris, Flammarion, 1996 (ed. it. *Il dettaglio. La pittura vista da vicino*, Milano, Il Saggiatore, 2007).
- R. Arnheim, *Art and Visual Perception*, Berkeley, University of California Press, 1954 (ed. it. *Arte e percezione visiva*, Milano, Feltrinelli, 1978).
- K.D. Bailey, *Methods of Social Research*, London, Collier - Macmillan, 1978 (ed. it. *Metodi della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino, 2006).
- M. Baxandall, *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy*, Oxford University Press, 1972 (ed. it. *Pittura ed esperienze sociali nell'Italia del Quattrocento*, Torino, Einaudi, 1978).
- H.S. Becker, *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press, 1984 (ed. it. *I mondi dell'arte*, Bologna, Il Mulino, 2004).
- R.B. Bechtel, A. Churchman, *Handbook of Environmental Psychology*, New York, Wiley, 2002.
- J. Berger, *About Looking*, London, Writers and Readers, 1980 (ed. it. *Sul guardare*, Milano, Mondadori, 2003).
- S.C. Bitgood, *Suggested Guidelines for Designing Interactive Exhibits*, in "Visitor Behavior", Vol. 6, 4/1991, pp. 4-11.
- R. Bodei, *Le forme del bello*, Bologna, Il Mulino, 2007.
- S. Bodo, S. Cantù, S. Mascheroni, *Progettare insieme per un patrimonio interculturale*, in "Quaderni ISMU", 1/2007, Fondazione ISMU, Milano 2007.
- A. Bollo (a cura di), *I pubblici dei musei. Conoscenze e politiche*, Milano, Franco Angeli, 2007.
- C. Bordoni (a cura di), *Introduzione alla sociologia dell'arte*, Napoli, Liguori, 2005.
- P. Bourdieu, A. Darbel, *L'amour de l'art: les musées et leur public*, Paris, Edition de minuit, 1966 (ed. it. *L'amore dell'arte: leggi sulla diffusione culturale. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Rimini, Guaraldi, 1972).
- G. Bruno, *Atlas of Emotions: Journeys in Art, Architecture and Film*, New York, Verso edizioni, 2002 (ed. it. *Atlante delle emozioni: in viaggio tra arte, architettura e cinema*, Milano, Mondadori, 2006).
- C. Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, Blackwell, 1987 (ed. it. *L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno*, Roma, Edizioni Lavoro, 1992).
- J. Canestri, *Forme dei musei*, in "Il piccolo Hans", a. 21, n. 81, Primavera 1994, pp. 67-70.
- J. Cardinet, *Préférences esthétiques et personnalité*, in "Année psychologique", vol. 58, 1/1958, pp. 45-69.
- Considerazioni sulla situazione dei musei italiani*, in "Nuova Museologia", n. 6/2002, p. 3 (Documento prodotto dalla Giunta Esecutiva dell'ICOM Italia presentato all'assemblea dell'ICOM nel 2001).
- P. Corbetta, *La ricerca sociale metodologie e tecniche*, Bologna, Il Mulino, 2003.
- P. Corbetta, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino, 1999.
- A. Corbin, *L'avènement des loisirs, 1850-1960*, Paris, Aubier, 1995 (ed. it. *L'invenzione del tempo libero 1850-1960*, Bari, Laterza, 1996).
- W.R. Crozier, A.J. Chapman, *Cognitive Processes in the Perception of Art*, Amsterdam, North-Holland, 1984.
- P. D'Angelo, *L'estetica italiana del Novecento*, Bari, Laterza, 2007.

- G. Debord, *Guide psychogeographique de Paris: Discours sur les passions de l'amour, Documents relatifs à la fondation de l'Internationale Situationniste 1948-1957*, Copenhagen, Le Bauhaus Imaginiste, 1957.
- J. Derrida, *La verità en peinture*, Paris, Flammarion, 1978 (ed. it. *La verità in pittura*, Roma, Newton & Compton, 2005).
- P. Di Maggio, *Are Art-Museum Visitors Different from Other People? The Relationship Between Attendance and Social and Political Attitudes in the United States*, in "Poetics", 24/1996, pp. 161-180.
- R. Diodato, *Estetica del virtuale*, Milano, Bruno Mondadori, 2005.
- M. Dufrenne, *Phénoménologie de l'expérience esthétique*, Paris, PUF, 1953.
- H.J. Eysenck, *The General Factor in Aesthetic Judgments*, in "British Journal of Psychology", 31/1940, pp. 94-102.
- J.H. Falk, L.D. Dierking, S. Foutz, *In Principle, in Practice. Museum as Learning Institutions*, Plymouth, Altamira Press, 2007.
- G.J. Feist, T.R. Brady, *Openness to Experience, Non-conformity, and the Preference for Abstract Art*, in "Empirical Studies of the Arts", vol. 22, 1/2004, pp. 77-89.
- F. Ferrari (a cura di), *Del contemporaneo: saggi su arte e tempo*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- C. Frateschi, M. Mistri (a cura di), *I valori dell'arte*, Roma, Carocci, 2006.
- R. Francès, H. Voillaume, *Une composante du jugement pictural: La fidélité de la représentation*, in "Psychologie Française", 9/1964, pp. 241-256.
- N.H. Frijda, *The Emotions*, Cambridge University Press, 1986.
- M. Fumaroli, *L'état culturel. Essai sur une religion moderne*, Paris, Édition de Fallois, 1992.
- C. Fuortes, G. Coppa, *Domanda culturale, segmentazione e prezzo. L'auditorium di Roma*, in "Economia della Cultura", XVI, 2/2006, pp. 159-170.
- A. Furnham, J. Walker, *Personality and Judgments of Abstract, Pop Art, and Representational Paintings*, in "European Journal of Personality", Vol. 15, n. 1/2001, pp. 57-72.
- A. Fusco, R. Tomassoni (a cura di), *I Processi Creativi, Artistici e Letterari*, Milano, Franco Angeli, 2007.
- H.G. Gadamer, *Wahrheit und Methode: Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*, Tübingen, Mohr, 1965 (ed. it. *Verità e metodo*, Milano, Bompiani, 2001).
- C. Geertz, *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic, 1973 (ed. it. *Interpretazione di cultura*, Il Mulino, Bologna 1998).
- K. Gibbs, M. Sani e J. Thompson (a cura di), *Musei e apprendimento lungo tutto l'arco della vita. Un manuale europeo*, Editai, Ferrara 2007.
- G.A. Gilli, *Come si fa ricerca*, Milano, Mondadori, 1971.
- S. Givone, *Prima lezione di estetica*, Bari, Laterza, 2006.
- W.J. Goode, P.K. Hatt, *Methods in Social Research*, New York, McGraw-Hill, 1952 (ed. it. *Metodologia della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna, 1962).
- R. Grossi (a cura di), *La cultura per un nuovo modello di sviluppo*, IV Rapporto Annuale Federculture, Torino, Allemandi editore, 2007.
- M. Heidegger, *Holzwege*, Frankfurt am Main, Klostermann, 1950 (ed. it. *Sentieri interrotti*, Firenze, La Nuova Italia, 1979).
- N. Heinrich, *La sociologie de l'art*, Paris, La Découverte, 2001 (ed. it. *La sociologia dell'arte*, Bologna, Il Mulino, 2004).
- N. Heinrich, *Per porre fine alla polemica sull'arte contemporanea*, in F. Ferrari (a cura di), *Del contemporaneo: saggi su arte e tempo*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.
- Il pubblico dell'arte contemporanea*, in "Il Giornale di Civita", a. II, n. 7, luglio-agosto 2007.
- Il Simbolismo. Da Moreau a Gauguin a Klimt*, catalogo della mostra, a cura di G. Lacambre, Ferrara, Arte Editore, 2007.
- D. Jalla, *Il museo contemporaneo: introduzione al nuovo sistema museale italiano*, Torino, UTET, 2003.
- H.-R. Jauss, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1978.
- I. Karp, S. Lavine (a cura di), *Musei e identità: politica culturale e collettività*, Bologna, Clueb, 1995, 1999.
- R.S. Lazarus, *On the Primacy of Cognition*, in "American Psychologist", 39/1984, pp. 124-129.
- M. Lewis, J.M. Haviland-Jones, *Handbook of Emotions*, 2nd ed., New York, Guilford Publications, 2000.
- M. Maggi, *Visitatori, pubblico, comunità*, in "Nuova Museologia", n. 9/2003, p. 10.

- A. Malraux, *Les voix du silence*, Paris, Gallimard, 1956 (ed. it. *Il museo dei Musei. Le voci del silenzio*, Verona, Mondadori, 1957).
- M.V. Marini Clarelli, *Che cos'è un museo*, Roma, Carocci, 2005.
- M.V. Marini Clarelli, *La Galleria Nazionale d'Arte Moderna*, in "Il Giornale di Civita", a. II, n. 7, luglio-agosto 2007.
- S. Mastandrea, G. Bartoli, G. Bove, *Learning Through Ancient Art and Experiencing Emotions with Contemporary Art: Comparing Visits in Two Different Museums*, in "Empirical Studies of the Arts", vol. 25, 2/2007, pp. 173-191.
- S. Mastandrea, G. Bartoli, G. Bove, *Ambienti museali e opere d'arte a confronto nei musei di arte antica e contemporanea*, in A. Fusco, R. Tomassoni (a cura di), *I Processi Creativi, Artistici e Letterari*, Milano, Franco Angeli, 2007, pp. 65-79.
- M. Merleau Ponty, *Signes*, Paris, Gallimard, 1960.
- A. Millman, *Prove it! A Practical Guide to Market Research for Museums and Visitor Attractions*, Bedfordshire Museums, 1999.
- P. Montani, *Estetica ed Ermeneutica: senso, contingenza, verità*, Bari, Laterza, 1996.
- J.L. Nancy, *Le regard du portrait*, Paris, Galilee, 2000 (ed. it. *Il ritratto e il suo sguardo*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2006).
- E. Nardi (a cura di), *Musei e pubblico. Un rapporto educativo*, Milano, Franco Angeli, 2004.
- L. Pareyson, *Conversazioni di estetica*, Milano, Murzia, 1966.
- R. Pavšić, M.C. Pitrone, *Come conoscere opinioni e atteggiamenti*, Roma, Bonanno editore, 2003.
- M. Pellegrini, *Undici lezioni di Sociologia dell'arte*, Torino, Celid, 1996.
- M. Perniola, *L'estetica del novecento*, Bologna, Il Mulino, 2006.
- M. Perniola, *La società dei simulacri*, Bologna, Cappelli, 1983.
- S. Pinto (a cura di), *Galleria Nazionale d'Arte Moderna. Le collezioni. Il XX secolo*, Milano, Mondadori Electa, 2005.
- F. Poli, *Giulio Paolini*, Torino, Lindau, 1990.
- E. Pommer, *Les musées en Europe à la veille de l'ouverture du Louvre*, Paris, Klincksieck, 1995.
- R. Reber, N. Schwarz, P. Winkielman, *Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience?*, in "Personality and Social Psychology Review", vol. 8, 4/2004, pp. 364-382.
- C. Ribaldi (a cura di), *Il nuovo museo: origini e percorsi*, Milano, Il Saggiatore, 2005.
- D. Riout, *Les arts plastiques au XX siècle*, Paris, Éditions Gallimard, 2000 (ed. it. *L'arte del ventesimo secolo. Protagonisti, temi, correnti*, Torino, Einaudi, 2002).
- R. Rorty, *Scritti filosofici*, vol. I, Roma, Laterza, 1994.
- M. Sani, M. Trombini (a cura di), *La qualità nella pratica educativa al museo*, Bologna, IBC Emilia Romagna, 2003.
- W. Santagata, *La fabbrica della cultura*, Bologna, Il Mulino, 2007.
- F. Speroni, *Sotto il nostro sguardo. Per una lettura mediale dell'opera d'arte*, Genova, Costa & Nolan, 1995.
- G.J. Stigler, G.S. Becker, *De gustibus non est disputandum*, in "American Economic Review", 67/1977.
- A.L. Tota, *Sociologie dell'arte. Dal museo tradizionale all'arte multimediale*, Roma, Carocci, 1999.
- M. Valverde, *La réception médiatique comme expérience esthétique*, in "Sociétés", n. 74/2001, pp. 43-52.
- P. Virilio, *L'art à perte de vue*, Paris, Galilee, 2005 (ed. it. *L'arte dell'accecamento*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2007).
- A. Witcomb, *Re-Imagining the Museum. Beyond the Mausoleum*, London, Taylor & Francis Ltd, 2002.
- R.B. Zajonc, *Feeling and Thinking. Preferences Need No Inferences*, in "American Psychologist", 35/1980, pp. 151-175.
- V.L. Zammuner, *I focus group*, Bologna, Il Mulino, 2003.
- G. Zerafa, *Teacher and Audience Investigation*, Canberra National Museum of Australia, 2000.
- J. Zumazedier, *Sociologie empirique du loisir*, Paris, Seuil, 1974 (ed. it. *Sociologia del tempo libero*, Milano, Franco Angeli Editore, 1993).

Infografia

<http://www.mediamente.rai.it/home/biblioteca/intervis/b/bonitool.htm>: intervista ad Achille Bonito Oliva, *L'anoressia dell'arte*, Biblioteca digitale Media Mente, 1996.

<http://www.fizz.it/argomenti/pubblico/2006/visitatore.htm>: A. Bollo, L. Dal Pozzolo, *Lo studio empirico, alcuni risultati e le possibili direzioni di ricerca*, 2006.

<http://www.ismu.org/patrimonioeinterculturalra>: sul tema dell'educazione al patrimonio in chiave interculturale.

Indicazioni bibliografiche sulle ricerche svolte in ambito nazionale e internazionale

AA.VV., *Museum International - Visitors*, UNESCO, Parigi, vol. XLV, 2/1993.

R. Aguiari, B. Amici, *I visitatori dei musei di Roma*, Terza Università degli Studi di Roma, Sipì, 1995.

L. Andreotti, G. Chiozzi (a cura di), *Il comportamento dei visitatori del Museo Civico di Storia Naturale di Milano*, 2002.

F. Antinucci, *Musei virtuali. Come non fare innovazione tecnologica*, Roma, Laterza, 2007.

Arcmc, *Observatoire permanent des publics. Synthèse des informations recueillies auprès des visiteurs de vingt musées nationaux*, 1996.

Audience Research: Surveys, Seattle Art Museum, 2002.

E. Bailey, J. Bronnekan, J. Kelley, G.E. Hein, *Visitor Behavior at a Constructivist Exhibition: Evaluating Investigate! At Boston's Museum of Science*, in Dufresne-Tassé, *Évaluation et éducation muséal: nouvelles tendances*, Montréal, ICOM/CECA, 1998, pp. 149-168.

D.M. Bartels, G.E. Hein, *Learning in Setting than Schools*, in "Educational Research", 1 agosto 2003, 32 (6), pp. 38-43.

E. Beaumont, P. Sterry, *A Study of Grandparents and Grandchildren as Visitors to Museums and Art Gallery in the UK*, in "Museum and Society", novembre 2005, pp. 167-180.

S. Bitgood, *The Role of Attention in Designing Effective Interpretative Labels*, in "Journal of Interpretation Research", Vol. 5, No. 2/1993, pp. 31-45.

S. Bitgood, *An Analysis of Visitor Circulation: Movement Patterns and the General Value Principle*, in "Curator: the Museum Journal", 49 (4), 2006.

A. Bollo (a cura di), *Indagine sul pubblico dei musei lombardi*, Fondazione Fitzcarraldo, 2004.

A. Bollo, *Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*, Bologna, IBC, 2005.

A. Bollo, L. Dal Pozzolo, *L'analisi del comportamento del visitatore all'interno del Museo: uno studio empirico*, Fondazione Fizz, 2006.

L. Bourdeau, J.C. Chebat, *An Empirical Study of the Effect of the Design of the Display Galleries of an Art Gallery on the Movement of Visitors*, in "Museum Management and Curatorship", Vol. 19, 2001, pp. 63-73.

Bristol Museums & Art Gallery - Visitor Satisfaction Survey 2004, Customer Services Research Team - Bristol City Council, 2004.

A.J. Coles, A. Turner-Rugg, *St Albans Museums - Visitor and Non-Visitor Surveys - Summer 1999, 2000*.

Conoscere i comportamenti dei visitatori per comunicare: il caso del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano, Indagine Osservante, Fondazione Fizz, 2003.

S. Davies, *By Popular Demand. A Strategic Analysis of the Market Potential for Museums and Art Galleries in the UK*, Museums & Galleries Commission, 1994.

E. De Filippis, *Problemi di comunicazione: due mostre a confronto*, in "Nuova Museologia", n. 8, giugno 2003, pp. 21-27.

P. Di Maggio, *Are Art-Museum Visitors Different from Other People? The Relationship between Attendance and Social and Political Attitudes in the United States*, in "Poetics", n. 24, 1996, pp. 161-180.

S.C. Di Marco, *Indagine sulla fruizione nelle strutture museali del Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo, del Museo Nazionale di Arte Orientale e del Palazzo Ducale di Urbino*, MiBAC, 1999.

D.Z. Doering, D. Karns, *Visitors Rating of Exhibitions at the National Museum of American History*, Smithsonian Institution, Office of Policy and Analysis, Washington 2005.

J.H. Falk, L.D. Dierking, *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*, American Association for State and Local History Book Series, Altamira Press, 2000.

E.D. Gyllenhaal, *Communicating Behind-the-Scenes Research to Museum Visitors: Evaluations of Temporary Exhibitions at The Field Museum*, in "Current Trends in Audience Research and Evaluation", Vol. 11, 1998, pp. 15-25.

- T. Hart, *J. Paul Getty Museum - Special Exhibition: Rembrandt's Late Religious Portraits Handheld Device Study*, Los Angeles 2005.
- G.E. Hein, *Reports of Visitor Studies in Four Countries*, in "Visitor Studies Today!", n. 1/2000.
- Il pubblico del Mart e la mostra "La montagna. Arte, Scienza, Mito"*, Dipartimento di Scienze Umane e Sociali - Università di Trento, 2004.
- I musei e la popolazione straniera. Uno sguardo su Torino*, Comune di Torino, 2005.
- Indagine osservante. Il museo diffuso della resistenza della deportazione della guerra dei diritti e della libertà*, Osservatorio Culturale del Piemonte, Torino 2003.
- Indagini effettuate sulla domanda di fruizione del pubblico nei musei della capitale*, Assessorato alle Politiche Culturali - Comune di Roma, 2003-2005.
- I primi visitatori del museo diffuso della resistenza, della deportazione, della guerra, dei diritti e della libertà*, in "Quaderni dei Musei Civici", n. 10/2004.
- L. Kelly, *A Brief Introduction to Audience Research for Small Museums*, Australian Museum Audience Research Centre, 2002.
- L. Kelly, *Visitors and Learners: Investigating Adult Museum Learning Identities*, Sidney 2007.
- L. Kelly, J. Sas, *Separate or Inseparable? Marketing and Visitor Studies*, Melbourne, ICOM "Marketing and Public Relations", 1998.
- V. Kirchberg, *Mystery Visitors in Museums: an Underused and Underestimated Tool for Testing Visitor Service*, in "International Journal of Arts Management", Vol. 3, 1/2000.
- L. Lazzaretti (a cura di), *I sistemi museali in Toscana. Primi risultati di una ricerca sul campo*, Firenze University Press, 2006.
- Le motivazioni della domanda: un sondaggio pilota*, in F. Perego (a cura di), *Memorabilia: il futuro della memoria*, Bari, Laterza, 1988.
- M. Lindauer, *What to Ask and How to Answer: a Comparative Analysis of Methodologies and Philosophies of Summative Exhibit Evaluation*, in "Museum and Society", novembre 2005, 3 (3), pp. 137-152.
- R.J. Loomis, *Museum Visitor Evaluation. New Tool for Management*, Nashville, American Association for State and Local History, 1987.
- A. Maresca Compagna, E. Bucci, S. Di Marco, *I giovani e il museo. Indagine pilota sui visitatori dei Musei e aree archeologiche statali: guida alla lettura dei risultati*, MiBAC, 1998.
- R. Mazzolini, *Andare al museo. Motivazioni, comportamenti e impatti cognitivi*, Provincia Autonoma di Trento, Trento 2002.
- P.M. McManus, *Repeat and Programming at the V&A Museum*, London, Victoria & Albert Museum, 2001.
- Mercurio e le muse. Indagine sui comportamenti dei visitatori nei punti vendita dei musei in Italia*, dattiloscritto, Nomisma, 2001.
- A. Millman, *Prove It! A Practical Guide to Market Research for Museums and Visitors Attractions*, Bedfordshire Museums, 1999.
- Mostre e visitatori a Torino 1997/1999*, in "Quaderni dei Musei Civici di Torino", n. 6/2001.
- L. Pena Alberdi, V.C. Sánchez, *A New Method for Counting and Categorising the Visitors to the Museo del Prado*, Istituto de Estudios Turísticos, Madrid 2006.
- L. Pezzoni, M.L. Girolami, *Indagine annuale sull'affluenza dei visitatori nei musei italiani di maggior interesse turistico*, Milano, Touring Club Italiano, 2003.
- Primo rapporto Nomisma sull'applicazione della legge Ronchey*, Museum Image - Museum Studio, Salone dei Prodotti e dei servizi dedicati all'arte, Arezzo, 25-27 maggio 2001.
- Progetto ROMIT - Roman Itineraries. Progettazione di un itinerario culturale dei siti archeologici romani basato sulla "Tabula Peutingeriana"*, Istituto di Psicologia di Norimberga, 2005.
- Rapporto sui visitatori 1990/1999*, in "Quaderni dei Musei Civici di Torino", n. 1, 2000.
- Rapporto sui visitatori 1990/2002*, in "Quaderni dei Musei Civici di Torino", n. 9/2003.
- H. Rees Leahy, *Researching Learning at Manchester Art Gallery*, 2003.
- Relazione annuale 2005*, IRES, Osservatorio culturale del Piemonte, Torino 2006.
- Renaissance in the Regions - Museum Visitor Survey 2004 - Final Report - West Midlands Region*, Museum, Libraries and Archives Council, 2005.
- E.M. Reussner, *Audience Research in the Australian Cultural Heritage Sector*, Museums Australia - Evaluation and Visitor Research - Special Interest Group, 2003.
- A. Roncaccioli, *Il museo come azienda culturale. Ricerca sui musei di Verona*, Amici di Castelvecchio e dei Civici Musei d'Arte di Verona, Verona 1996.

- W. Santagata, V. Faletti, M. Maggi, *Il pubblico invisibile: indagine sui non-utenti dei musei*, Quaderno Arpa, 2000.
- Sanzanobi, *Gli italiani e l'arte: sintesi dei principali risultati dell'indagine*, 1996.
- G. Savage, J. James, *A Practical Guide to Evaluating Natural and Cultural Heritage Interpretation*, Sydney, Centre for Visitor Studies, 2001.
- S. Selwood, *Survey of Visitor Research at the V&A 1986-1996*, Victoria & Albert Museum, Policy Studies Institute, 1998.
- B. Serrell, *Paying Attention: the Duration and Allocation of Visitors' Time in Museum Exhibitions*, in "Curator", 40/2, 1997, pp. 108-125.
- B. Serrell, *Paying Attention: Visitors and Museum Exhibitions*, American Association of Museums, 1998.
- B. Serrell, *Are They Watching? Visitors and Video in Exhibitions*, in "Curator", 45/1, 2002.
- J. Smith, *Where Art and Culture Meet - A Visitor Study of "Where Gods and Mortals Meet: Continuity and Renewal in Urhoba Art" at the National Museum of African Art*, Smithsonian Institution, Office of Policy and Analysis, Washington 2005.
- J.K. Smith, L.F. Smith, *Spending Time on Art*, in "Empirical Studies of the Arts", Vol. 19 (2), 2001, pp. 229-236.
- L.F. Smith, J.K. Smith, *The Nature and Growth of Aesthetic Fluency*, in P. Locher, C. Martindale, L. Dorfman, *New Directions in Aesthetics, Creativity, and the Arts*, Amityville (NY), Baywood Publishing Co., 2006, pp. 47-58.
- J.K. Smith, L.F. Wolf, *Museum Visitors Preferences and Intentions in Constructing Aesthetic Experience*, in "Poetics", 24/1996, pp. 219-238.
- Smithsonian-Wide Survey of Museum Visitors*, Smithsonian Institution. Office of Policy and Analysis, Washington 2004.
- L. Solima, *I visitatori dei musei: un confronto internazionale*, in *La gestione e la valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale*, Atti del XXI Convegno AIDEA, Bologna, Clueb, 1999.
- L. Solima (a cura di), *Indagine sulla domanda del Sistema Museale di San Miniato*, rapporto di ricerca, 2000.
- L. Solima, *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Roma, Gangemi Editore, 2000.
- L. Solima (a cura di), *Analisi della domanda dei servizi aggiuntivi di sei musei di Roma. Sintesi dei principali risultati*, rapporto di ricerca, Luiss Management, 2001.
- L. Solima (a cura di), *"Civiltà dell'Ottocento". Indagine sui visitatori*, Rapporto di ricerca, Regione Campania, 2001.
- L. Solima, A. Bollo, *I musei e le imprese. Indagine sui servizi di accoglienza nei musei statali italiani*, Napoli, Electa, 2002.
- L. Solima, *Indagine Osservante sui comportamenti di fruizione dei visitatori della sezione "Partenope e Neapolis" del Museo Archeologico Nazionale di Napoli*, Fondazione Fizz, 2002.
- Study Series*, ICOM/CECA, 1996.
- The Minneapolis Institute of Arts - 2001 Visitor Survey*, Cincinnati, Minneapolis, Minnesota, 2001.
- Un'indagine qualitativa sulla domanda museale*, Osservatorio Permanente dei Musei Civici Veneziani, Venezia 2003.
- Un museo, tanti pubblici. Condizioni di accessibilità per i visitatori anziani. Risultati di un'indagine*, in "Quaderni dei Musei Civici di Torino", n. 8/2002.
- Un patrimonio di tutti. Musei e inclusione sociale*, in "Quaderni dei Musei Civici di Torino", n. 11/2006.
- E. Veron, M. Levasseur, *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corp et le sens*, Paris, Bibliothèque Publique d'information. Centre Georges Pompidou/Gracett, 1990.
- Visitors Survey on Major Museums under Leisure and Cultural Services Department*, Hong Kong 2004.
- C. Zammit Trevisan, *The Palace State Rooms-Valletta - A Study of Visitor Behavior*, Research & Business Planning Unit - Malta Tourism Authority, 2006.

coordinamento editoriale
Maria Bugli

impaginazione
Lucia Vigo

Questo volume è stato stampato per conto di Mondadori Electa S.p.A.
presso lo Stabilimento Mondadori Printing S.p.A., Verona nell'anno 2008