



MaCSIS

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Centro Interuniversitario MaCSIS

MaCSIS Working Paper Series

**LA RICERCA QUALITATIVA PER I NUOVI *MUSEUM*
*VISITOR STUDIES***

**IL CASO DEL MUSEO CIVICO DI SCIENZE NATURALI
DI BRESCIA**

Elia Manzitto

Working Paper n.3/2019



Università degli Studi di Milano – Bicocca
Comunicazione della Scienza e dell’Innovazione Sostenibile (MaCSIS)
Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale
Master di Primo Livello



MaCSIS
Master in
Comunicazione
della Scienza e
dell’Innovazione
Sostenibile

La ricerca qualitativa per i nuovi ‘*Museum Visitor Studies*’.

Il caso del Museo Civico di Scienze Naturali di Brescia.

Relatore:
Prof.ssa Sonia Stefanizzi

Tesi di Laurea di:
Elia Manzitto

Matricola:
849610

La ricerca qualitativa per i nuovi *Museum Visitor Studies*. Il caso del Museo Civico di Scienze Naturali di Brescia

Elia Manzitto

Museo Civico di Scienze Naturali di Brescia, Via Antonio Federico da Ozaman 25. 25128 Brescia.

RIASSUNTO

Dall'esperienza di studio all'interno del Museo Civico di Scienze Naturali di Brescia da luglio a novembre 2019, è pensata e progettata una ricerca pilota che si propone come studio comparato di sociologia museale, della comunicazione e della prossimica per un nuovo modo di pensare la divulgazione scientifica. Sono impiegate tecniche proprie della metodologia qualitativa per rendere partecipe il network di questo museo all'interno della città sulle aggiornate responsabilità e nuove correnti nel design delle attività didattiche.

Parole chiave:

Studio sui visitatori, Public Engagement of Science, consumo culturale, metodologia qualitativa, divulgazione.

ABSTRACT

This pilot research was thought and planned from the internship experience at Natural Science Museum in Brescia, between July and November 2019. Such study is proposed as a comparative approach of sociological museum studies, communication and proxemics to re-invent scientific dissemination. Qualitative methodology techniques are applied in order to address the issue of museum expertise network participation within the city itself. Moreover they're used to update it on new civic responsibilities and streams of didactic activity design.

INDICE

	p.
1. INTRODUZIONE.....	5
2. IL CONTESTO.....	7
2.1. <i>Il Museo.....</i>	<i>7</i>
2.2. <i>Le prospettive.....</i>	<i>8</i>
3. LA RICERCA.....	11
3.1. <i>I metodi.....</i>	<i>11</i>
3.2. <i>Osservazioni etnografiche.....</i>	<i>12</i>
3.3. <i>Campionamento.....</i>	<i>14</i>
3.4. <i>Le Interviste.....</i>	<i>15</i>
3.5. <i>Fase interpretativa preliminare.....</i>	<i>17</i>
3.6. <i>Focus Group.....</i>	<i>19</i>
3.7. <i>Interpretazione funzionale dei dati.....</i>	<i>21</i>
3.8. <i>Workshop.....</i>	<i>22</i>
4. RISULTATI.....	23
5. CONCLUSIONI.....	25
Bibliografia.....

1. INTRODUZIONE

Gli strumenti delle discipline sociologiche sono stati sempre al servizio della museologia per tutto l'arco del novecento. L'analisi sistematica della componente culturale civica e del suo capitale sociale hanno contribuito ad importanti sviluppi prima della didattica e poi della prossemica del museo artistico ma soprattutto scientifico. Dall'avvento del ventunesimo secolo tuttavia, qualcosa sembra essere mutato sia nell'interesse della comunità dei ricercatori che nei maldestri tentativi dell'istituzione museale cittadina di muovere passi nella stessa direzione che ha portato al successo dei *Science Centers* e delle "città della scienza" nei cinquant'anni precedenti. Il museo di scienze di Trento (MUSE), quello di storia naturale di Venezia e la Città della Scienza di Napoli sono indubbiamente esempi degni di menzione sul nostro territorio, tuttavia le sorti di quasi la totalità dei luoghi di conservazione e trasmissione della scienza non vede, nelle pratiche e nelle tecniche, un rilevante aggiornamento. In secondo luogo il contributo della ricerca sociologica sulla materia sembra aver subito una sostanziale riduzione in termini di produzioni accademiche di rilievo¹.

Un'altra dimensione imputabile a questo apparente cambiamento è da andare a ricercare nell'ultimo decennio di *Museum Visitor Studies* (Bitgood 1966). Per il ruolo tradizionale dei musei scientifici di farsi portatori di divulgazione e concepire la scienza come bene, il management culturale si è sempre tendenzialmente servito dell'analisi quantitativa del suo pubblico più che quella qualitativa, contribuendo fra l'altro al passaggio dalla nozione classica di visitatore a quella più finalistica di *audience* (Tota, 1999). Il problema che quindi si presenta ancora oggi rimane quello di colmare la frattura che separa il lavoro di conservatori e curatori e una platea di fruitori che, da questi studi, si è visto non essere quasi mai rappresentativa della popolazione nel suo complesso.

L'implementazione della comunicazione museale con i nuovi strumenti digitali, come i social media, ha donato una nuova dimensione inizialmente percepita come potenziale soluzione al problema della fruizione, ma che ad oggi risulta questionabile. Se l'apertura delle istituzioni culturali a canali più orizzontali rispetto alla classica trasmissione *top down* è sicuramente da considerare come traguardo, è importante

¹ Per quanto attuale uno dei capisaldi della disciplina di studi museologici "Scienza in pubblico. Musei e divulgazione del sapere" a cura di John Durant, è datato 1992.

domandarsi se e come i social media possono arginare la mancanza di quello che chiamiamo il *Public Engagement [of Science & Technology]* (PEST) nel contesto dei musei scientifici d'Italia.

In questo scenario la proposta del seguente studio, frutto di mesi di collaborazione all'interno del Museo Civico di Scienze Naturali di Brescia, è quella di porre l'accento sulla sinergia fra patrimonio territoriale, cittadini e nuovi mezzi di comunicazione a disposizione della direzione di una realtà in fase di transizione nel contesto locale. L'idea di un approccio di ricerca più "dialogico" sui temi della fruizione museale, consumo culturale, opinioni e atteggiamenti dei cittadini in merito alla proposta divulgativa è un tentativo per riportare luce sul ruolo chiave degli studi sociologici esplorativi sui visitatori, normalmente demandati a uffici di statistica o marketing. Il progetto MuB (Musei di Brescia), ad esempio, si è proposto come attività congiunta tra il DMS StatLab del Dipartimento di Economia e Management, il Comune di Brescia e la fondazione Brescia Musei per profilare attraverso la somministrazione di questionari *ad hoc* l'utenza dei poli museali della città².

Lo studio che segue si propone come una alternativa metodologica rivolta all'istituzione per affrontare la missione del rinnovamento nei temi della partecipazione, interattività ed ecologia museale.

² <https://terza-missione.unibs.it/osservatorio-osmer-2-2-2-2-2/>

2. IL CONTESTO

Il Museo

La storia e le vicende del Museo di Scienze Naturali del comune di Brescia hanno un decorso lungo almeno mezzo secolo, da quando nel 1968 viene eretta l'odierna struttura in via Antonio Federico Ozaman che ospita le sue collezioni e direzione. Prima di quel periodo il museo era collocato all'interno dello stesso castello della città ed era il risultato delle donazioni naturalistiche e libraie dell'ateneo di Brescia lì conservate. Dopo l'edificazione della Specola Cidnea, primo osservatorio pubblico d'Italia, nel 1953 e la fondazione nel 1965 della rivista scientifica della città, *Natura Bresciana* (che ad oggi ancora possiede un organo dentro il Museo atto a redigere risultati delle ricerche scientifiche e indagini territoriali) l'istituzione vede la transizione nel luogo che ancora oggi si può visitare.

Le vicissitudini del management dello spazio incorrono a 35 anni dall'inse-diamento, quando nel 2002 cominciano le procedure per il riconoscimento del museo da parte della Regione, negato tuttavia nel 2004 e dando inizio al periodo di stagnazione gestionale e disagi causati dalla continua cantierizzazione di gran parte della struttura. L'approvazione da parte della Regione viene data nel 2007, dopo la seconda richiesta, con il vincolo di una sostanziale ristrutturazione degli ambienti che accolgono le collezioni di botanica mineralogia e zoologia. Da questo momento in poi per mancanza di fondi e la carenza degli spazi espositivi, il Museo è teatro di numerose attività didattiche e divulgative che tentano di compensare la mancanza di un adeguato percorso.

Dal 2015 la struttura è in uno precario stato amministrativo dopo il congelamento della procedura di declassamento a causa dell'inadempienza nel venire incontro le richieste della Regione, ancora per mancanza di fondi ed ostacoli che riguardano le norme per le barriere architettoniche. Ad oggi gli ambienti che ospitano il museo sono ancora cantierizzati e sono sprovvisti di un canonico percorso espositivo; tuttavia la prospettiva che si sta aprendo alla gestione ed al personale è quella di un cospicuo cambiamento e rinnovamento della didattica e la sua presentazione al pubblico bresciano.

Le prospettive

Le attività su cui il Museo di Scienze Naturali può far al momento riferimento nel panorama di attivismo scientifico della città restano le collaborazioni con l'Università e le iniziative spontanee delle associazioni ad esso legate (come l'Associazione Amici del Museo di Scienze Naturali di Brescia ETS che dal 2018 si è fatta portavoce della petizione per il rilancio dello spazio³). Per tale motivo questa istituzione passa in secondo piano nella maggior parte dei casi se confrontato con le altre realtà museali della città come il Museo di Santa Giulia (all'interno del complesso monastico sede UNESCO di Santa Giulia), la Pinacoteca Tosio Martinengo e gli ambienti espositivi del Castello: il Museo delle armi e quello del Risorgimento.

Non rientrando nel collegio di spazi che fanno capo alla rinomata Fondazione Brescia Musei (di cui fanno parte tutti i sopra citati), il Museo di Scienze Naturali non è mai stato interessato da progetti di valorizzazione sostanziale del suo patrimonio e non ha mai ospitato eclatanti mostre come ad esempio quelle che si sono susseguite tra il 2004 e il 2009 nella rassegna "Brescia – Lo splendore dell'arte" dentro il complesso di Santa Giulia. Inoltre, per questa stessa esternalità dal circuito privilegiato delle amministrazioni comunali che si sono susseguite, il museo civico non ha potuto godere di veri progetti di ricerca che monitorassero la qualità della visita e fornissero un'immagine chiara del *pool* dei suoi fruitori.

Negli ultimi mesi le prospettive del museo sono converse nel più ampio piano di nuova riqualificazione e proposta culturale cittadina che prevede il trasferimento in toto della collezione e dell'organico in una nuova sede. In vista di questa transizione la gestione museale, grazie ai fondi stanziati, ha attuato il piano ultimo di ripristino dell'esistente percorso espositivo riammodernando e rendendo accessibili 400 metri quadrati del piano terreno, cercando così di donare nuova vita alla struttura. In questo momento di ricostruzione della sua identità, il museo e i suoi conservatori cercano di portare l'ammodernamento anche sul piano della partecipazione cittadina attraverso la comunicazione social mediale (l'apertura della prima pagina Facebook dedicata alla trasmissione orizzontale della proposta didattica).

Questi primi annunciati tentativi sono degni di menzione in quanto segnali di un personale che, durante un momento di contingenza, si muove con una certa autonomia

³ <https://www.change.org/p/rilancio-del-museo-di-scienze-naturali-di-brescia>

verso un nuovo modo di concepire la divulgazione scientifica. In questa circostanza di nuova ridefinizione è necessario precisare il ruolo della ricerca di tipo sociologico funzionale a favore delle istituzioni per promuovere il mutamento. Il cambiamento, che si sta definendo nel caso del Museo di Scienze Naturali, va ben al di là del semplice trasferimento. Infatti bisogna considerare questa riforma in quanto transizione verso un nuovo assetto dei ruoli e delle aspettative rispetto ai cittadini di Brescia. Se fino a questo momento il museo si è appellato alla necessità di fare didattica nella maniera più tradizionale, ora è evidente che si è entrati in un periodo di rinegoziazione del suo contributo culturale. Con l'avvento della comunicazione social-mediale, della stagione interattiva dei percorsi espositivi, delle nuove responsabilità divulgative sollevate dal modello PEST, un museo scientifico come quello di Brescia ha la possibilità di rivoluzionarsi prendendo la direzione più congeniale rispetto al taglio e allo scopo istituzionale che si prefigge.

Con questo report non scenderò nel merito di tutti i modelli e le direzioni che i responsabili di questo museo (di fatto in divenire) potrebbero prendere in considerazione, poiché sarebbe una casistica fin troppo vasta da coprire in un numero ragionevole di pagine. Ciò che intendo evidenziare è piuttosto il complesso delle euristiche proprie della ricerca sociale qualitativa per esplorare il tessuto civico in cui il management culturale opererà nel prossimo futuro. L'impegno quindi è quello di sondare le opinioni e gli atteggiamenti del bacino di fruitori e dei possibili utenti nella rete cittadina e provinciale, operare una pianificazione "etnografica" preventiva a qualunque vero progetto di raccolta di dati e ideare modelli inclusivi che mettano in relazione i diversi attori in gioco.

Osservazioni partecipate, interviste qualitative, *Focus Group* sono tutte metodologie scelte con lo scopo di definire lo scenario di aspettativa sociale riguardo la cultura e la divulgazione scientifica negli ambienti Bresciani. Questo approccio vorrebbe essere inoltre motivo per ritagliare delle situazioni dedicate di confronto dialogico per il cittadino, che viene incoraggiato a mettersi alla prova e ad esprimersi sul valore del suo stesso contributo.

3. LA RICERCA

I metodi

Un approccio sociologico per trattare temi sulla percezione della cultura e la sua trasmissione necessita di una contestualizzazione particolarmente ostica da operare: innanzitutto per l'astrattezza della possibile domanda di ricerca e la sua argomentazione. In secondo luogo, per l'ampiezza del ventaglio delle potenziali assunzioni, il lavoro di osservazione preliminare risulta essere dispendioso nelle risorse. Per indagare il mutamento nei processi comunicativi di un museo in stallo rispetto la proposta culturale cittadina è necessario compiere delle scelte per quanto riguarda il quesito e l'intento con cui si vuole svolgere la ricerca e quali tratti è necessario far emergere, anche rinegoziandoli nel procedimento.

Il caso del Museo di Scienze Naturali, allo stato attuale delle cose, è preso come spunto per comprendere il livello di coinvolgimento del pubblico nella comunicazione scientifica in una città come Brescia, dove la nicchia della proposta culturale è largamente occupata da un ricco patrimonio artistico. Il riscontro pratico di un'analisi con questo incipit sarebbe quella di **comprendere, attraverso l'interazione con i cittadini, quelle costanti negli atteggiamenti ed opinioni sul tema che possono essere impiegate nel pianificare una comunicazione inclusiva**. La necessità di migliorare gli impianti di trasmissione e raggiungimento del fruitore è un'impellenza che, come si è detto prima, riguarda continuamente il *management* museale. Per le circostanze in cui questo museo scientifico si è trovato l'impegno è ancora maggiore poiché la struttura è rimasta priva di un vero e proprio pubblico, al di là di quello partecipante alle iniziative divulgative specifiche e laboratoriali.

Da questi primi assunti si può delineare una iniziale procedura con cui operare la ricerca che sarà basata innanzitutto su una fase esplorativa di osservazione etnografica in due momenti: *On-line* e sul campo. Una volta codificate le informazioni raccolte, si può passare alla fase di costruzione del frame di indagine propriamente sociologico.

Attraverso il campionamento e le interviste dialogiche⁴, in questo ordine, si colleziona il *pool* di dati grazie i quali è possibile rappresentare il fenomeno in prima istanza. Le informazioni da qui ricavate servono per organizzare e strutturare la fase finale esplorativo-interattiva nella quale sono proposti *Focus Group* ed eventualmente *workshop* per creare un doppio ritorno: nel primo caso all'istituzione, che è resa partecipe delle scelte procedurali nella ricerca e nel secondo per garantire al cittadino un riscontro sul progetto e sottolineare l'importanza della sua inclusione nei processi di *decision making*. Il complesso di informazioni ricavate non è naturalmente fine a sé stesso ma è potenzialmente impiegabile in una triangolazione o coordinamento con progetti di analisi statistica e somministrazione di questionari.

Osservazioni etnografiche

Preso in prestito dalla disciplina antropologica, lo strumento dell'osservazione etnografica, come suggerisce il nome, consiste in tutti quei metodi di indagine non propriamente attivi di osservazione dei fenomeni. Non relegata all'azione di ispezionare in loco, l'osservazione etnografica nel nostro caso è eseguita inizialmente *on-line*. La scelta di un approccio virtuale in questa disamina è necessaria per comprendere tutti i tipi di interazione del fruitore immaginario con il museo. Sono così eseguite e monitorate *query* sui principali motori di ricerca per comprendere il grado di completezza delle informazioni reperibili ed il coinvolgimento del potenziale interessato. Come spiegato nei precedenti paragrafi, la presenza del Museo di Scienze Naturali su internet gode di un recentissimo attivismo social-mediale con l'apertura della pagina ufficiale su Facebook. Al momento delle etnografie virtuali, l'unico vero riferimento in rete dell'esistenza del museo era ancora quello della pagina dedicata sul sito del comune di Brescia. La mancanza di un dominio certificato e la necessità di riferirsi a una piattaforma istituzionale fornisce già alcuni indizi per quanto concerne la reperibilità delle informazioni e come queste sono proposte. Senza scendere nel merito della gestione dei contenuti *on-line* del sito comunale, per quanto riguarda il museo la

⁴ La raccolta dei contributi ha avuto luogo tra la fine del mese di luglio e la metà del mese di settembre. 40 interviste sono state registrate nel comprensorio di Brescia e la sua provincia in un lasso di 30 giorni.

presentazione dell'offerta didattica è limitata ad aggiornamenti mensili consultabili scaricando un programma in formato pdf.

La comunicazione evidenziata da queste prime osservazioni risulta essere limitata ad un'unica sorgente che si dota di una trasmissione ancora di fatto verticale delle informazioni. Il processo di reperimento risulta essere farraginoso e i risultati ottenuti potrebbero non essere sufficienti per le aspettative di un potenziale fruitore del servizio. Raccolte le informazioni necessarie sull'esperienza virtuale con il museo è ora la volta della più canonica osservazione etnografica nella struttura, del suo assetto e presentazione dal punto di vista comunicativo. Al momento di questa indagine ciò che è stato rilevato nella sede è innanzitutto l'assenza dell'ufficio stampa, mancanza in parte compensata dalle pubblicazioni del periodico *Natura Bresciana* di cui lo stesso museo è sede. La comunicazione ordinaria rivolta ai visitatori è quasi totalmente demandata ad un espositore (*fig.1*) che raccoglie periodicamente brossure e locandine di eventi organizzati presso il museo e la rete di musei naturalistici della provincia (Rete Museale Alto Garda) presso la quale operano gli stessi conservatori di Brescia. Vestiti i panni immaginari del visitatore novizio del museo e operate le osservazioni è possibile delineare un indirizzo per l'esecuzione della successiva rilevazione sul campo, più nello specifico con il bacino di possibili visitatori.



Figura 1. L'espositore all'interno del museo

Campionamento

Prima di intraprendere il processo di rilevazione dei contributi sul territorio, è importante operare una scelta per quanto riguarda il campionamento e lo studio degli stimoli o indicatori (ITEM) codificati dalle assunzioni a partire dall'esperienza etnografica. Nel caso di questa ricerca non è risultato dispendioso identificare il campione di riferimento da interrogare poiché il quesito stesso è stato rivolto al bacino di possibili visitatori nel territorio. In altre parole tutta la cittadinanza residente nel comprensorio di Brescia e la sua provincia. Il campione ideale è stato quindi suddiviso in macro categorie per consentire una più agevole organizzazione logica e pratica per i passaggi successivi. Attributi come età, sesso, stato occupazionale e areale di residenza sono considerati nella divisione da operare per il raccoglimento delle interviste.

Genere	Maschi	Femmine
Fascia d'età	18-35	35-60 60+
Residenza	Centro	Periferia Provincia
Occupazione	Studente	Lavoratore Pensionato/Disoccupato

Avendo in mente la suddivisione così strutturata del campione di riferimento si è proceduto a tracciare le aree di interesse da indagare mediante la guida dell'intervista, che sarà somministrata nella fase successiva. Aspetti come conoscenza e informazione sulla proposta locale, consumo culturale, opinioni e valutazioni sulle caratteristiche di musei ideali sono tutti isolati per la formulazione di domande mirate all'indagine.

Un dubbio sorge spontaneo nell'illustrare i metodi di definizione del campione: quando questo è da ritenersi sufficientemente ampio per una ricerca di tipo qualitativo? A questo problema non esiste una risposta univoca, tuttavia considerando la suddivisione del *pool* nei caratteri sopra citati è possibile fare una stima nella selezione di un campione rappresentativo. Con i caratteri estrapolati le possibili combinazioni di fatto distinguibili sono 54 (27 per il sesso Maschile e 27 per quello femminile)⁵. Appare chiaro che certe profilazioni, ottenute dagli attributi isolati, identificheranno una porzione del campione che sarà naturalmente meno rilevante rispetto ad altre.

⁵ Secondo le regole del calcolo combinatorio, se a un individuo assegniamo una quaterna di marker ABCD in cui A è il sesso, B la fascia d'età, C l'areale di residenza e D lo stato occupazionale, il numero massimo di quaterne ottenibili è dato dal calcolo: $x=2 \times 3^3$.

Ad esempio le Femmine di oltre 60 anni che vivono in provincia e che studiano saranno sicuramente una categoria marginale. Le tipologie selezionate con questo criterio funzionale presenteranno valenze diverse e si tenderà a concentrare l'attenzione sui casi in cui la categoria è effettivamente rilevante, bypassando quelle analoghe all'esempio sopra citato. Una stima ottimistica per la numerosità del campione si può definire quindi tentando una “*saturazione programmata*”, ovvero selezionare un numero rappresentativo di soggetti da intervistare per ogni categoria. Più aderente alle necessità della ricerca sociologica, il criterio per fissare la sufficienza nel numero di rilevazioni è quello che si può chiamare “*saturazione effettiva*”. Abbandonato il criterio di sufficienza di tipo più statistico rispetto a una collettività, le rilevazioni sono raccolte tenendo conto di una proporzionalità tra le categorie ma il limite che definisce la saturazione è da ricercarsi nella qualità dei riscontri rispetto ad ITEM chiave. Se ad un certo punto della ricerca si notano determinate costanti e ripetizioni nelle risposte agli stimoli, allora si può assumere che la numerosità del campione di riferimento sia soddisfacente.

Le interviste

Definite le pratiche del campionamento si può ora passare alla fase effettiva di collezione dei contributi dialogici mediante interviste semi-strutturate. La scelta di una traccia di questo tipo è motivata dal fatto che i riscontri delle rilevazioni godono di una certa snellezza (rispetto a quelle dialogiche aperte) e una più schematica codifica per gli ITEM. La guida del questionario è così ideata secondo i criteri di argomentazione che si snodano nei temi identificati prima: il grado di informazione e conoscenza dello scenario di indagine, il livello di consumo culturale dei soggetti, le loro valutazioni, gli atteggiamenti e le aspettative rispetto ad alcune qualità di musei ideali. Ricercare tecniche col fine di richiamare alla memoria dell'intervistato esperienze vissute e/o esempi pratici è sicuramente un buon approccio per agevolare il resoconto dei dati raccolti; più che per la fase di *coding* di per sé, per avere a disposizione elementi impiegabili nelle attività partecipative successive. Domande più quantitative sono contrapposte ad altre che stimolano l'intervistato a rispondere appellandosi ad emozioni e considerazioni personali, così facendo si tenta di raccogliere contemporaneamente dati qualitativamente ed empiricamente rilevanti. Il questionario, come si può vedere in figura, presenta una struttura a cascata nelle domande: si ricercano infatti nel dialogo

informazioni più precise sulla rilevanza del contesto per l'interlocutore e poi più profondamente si interrogano aspetti prettamente individuali degli atteggiamenti.

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| Informazione | { | 1. Quali musei/fondazioni/spazi espositivi conosce nella provincia in cui risiede? |
| | { | 2. Parlando dell'offerta di questi musei, solitamente come viene a conoscenza delle esposizioni, iniziative? |
| | { | 3. Cosa le piace/interessa di più nell'offerta dei musei che conosce/visita? Mi faccia degli esempi. È possibile suddividerli e classificarli? |
| Consumo culturale | { | 4. Quante volte nell'ultimo anno si è recato in un museo? In Italia e all'estero. Anche musei scientifici? |
| | { | 5. Quali attività include nel suo consumo culturale che la fanno sentire arricchit* a livello di nozioni ma anche emotivamente? |
| | { | 6. Negli ultimi 10 giorni si ricorda se ha seguito notizie di carattere scientifico e quali? |
| Opinioni e atteggiamenti | { | 7. In un'esposizione da cosa è più attratto? Cosa le fa dire che un'esposizione è riuscita a trasmetterle i suoi contenuti? |
| | { | 8. Da cosa è spinto nel momento in cui decide di visitare un museo/un'esposizione? L'aspetto educativo, l'intrattenimento, l'evasione o l'esperienza estetica? Perché? Quale è invece il meno importante per lei e perché? |
| | { | 9. Quali strumenti hanno a disposizione i musei che ha presente per attirare e costruirsi un pubblico? |
| Valutazioni museo ideale | { | 10. Secondo lei, in un museo la presenza di display o schermi con cui interagire è un fattore di stimolo nel percorso di visita o lo trova di disturbo/distrazione? |
| | { | 11. Le piacerebbe che una sua opinione venga inclusa nelle decisioni/scelte di un'esposizione da parte di un museo? Un museo dovrebbe impegnarsi a consultare il suo pubblico riguardo le proposte culturali (progetti, laboratori, <i>exhibit</i>)? |
| | { | 12. Se le dico la frase " un museo non può prescindere dai suoi visitatori " a cosa pensa? Come la interpreterebbe? |
| | { | 13. È preferibile che il museo si riferisca con le sue attività alla storia, alle tradizioni l'ecologia e altri aspetti culturali della città in cui sorge? O dovrebbe concentrarsi a una proposta quanto più variegata per informare il pubblico? |

Figura 2. Traccia d'intervista del progetto

La scelta di prendere in considerazione l'esperienza dei musei di nuova corrente nelle ultime domande: domanda 10 riferita ai musei interattivi, 11 e 12 all'esperienza partecipativa nella gestione e management culturale e la 13 al caso dei cosiddetti Ecomusei⁶, è una scelta dettata da fattori innanzitutto di contingenza se si guarda a questo progetto nell'ottica di ripensare un museo come quello in questione. È stato

⁶ Il territorio di Brescia già gode della presenza di realtà espositive che fanno parte della rete di Ecomusei Lombardi: ecomuseo della valle Trompia, ecomuseo de Caffaro, ecomuseo del Botticino, ecomuseo della valle delle Cartiere, ecomuseo della Valvestino, ecomuseo delle limonaie del Garda, ecomuseo delle valli Oglio e Chiese e della alta valle Oglio e l'ecomuseo *Planum aquae*.

deciso di utilizzare questi spunti innanzitutto per una questione di disponibilità ideale di quello che poteva essere un futuro assetto possibile dell'istituzione e, in secondo luogo, rispetto al panorama Bresciano si è convenuto che i casi qui riportati fossero quelli più rappresentativi nelle prospettive e interessi di un museo di scienze naturali. Parti evidenziate in alcune domande indicano un possibile confronto da parte dell'intervistatore con l'interlocutore per aiutare nella comprensione di significati travisabili durante il dialogo. In queste domande è facile assistere una rinegoziazione tra i due ruoli in gioco ed è bene prestarsi alla possibilità di digressioni che arricchiscono gli elementi estrapolabili. Senza scendere nel dettaglio delle specifiche scelte per la formulazione di ogni quesito, va infine puntualizzato che la linea guida presentata è un modello che consente di ricondurre domande (o gruppi di domande) a specifici stimoli, o ITEM appunto, cioè dei collettori di significato che aiutano a definire macro-aree di interesse nella fase interpretativa.

Fase interpretativa preliminare

La prima fase di interpretazione dei dati viene svolta a partire da i contenuti delle interviste trascritte. Questo procedimento di *coding* è preliminare e non presenta una vera e propria implicazione funzionale poiché di fatto deve essere eseguita nel modo più "asettico" possibile. A livello concettuale è impossibile parlare di interpretazioni neutre di per sé, tuttavia ciò che è necessario compiere, una volta raccolto un numero soddisfacente di interviste, è quello di rielaborare i concetti talvolta disordinatamente formulati all'interno del dialogo in risposte univoche a determinati ITEM.

A questo punto è opportuno spiegare i criteri mediante i quali il *pool* di dati fino ad ora raccolto è analizzato. Non trattandosi di una analisi sistematica, l'interpretazione non è come si è detto finalizzata ma è ancora in un certo senso esplorativa e, in secondo luogo, questa non viene operata secondo le categorie selezionate nel campionamento. Ciò significa che le assunzioni formulate non saranno del tipo: "*I maschi di età compresa tra i 35 e i 60 anni, lavoratori, che vivono in provincia hanno fornito determinate risposte a stimoli concernenti le aspettative sulla formula dei musei partecipativi*", ad esempio. Letture dei dati di questo tipo non forniscono scenari interpretativi utili in alcun modo. Nell'indagine a pratiche legate a percezioni di fenomeni quantomeno astratti come *la cultura*, il lavoro necessario per creare delle matrici sintetiche di dati sta innanzitutto

nel ricercare corrispondenze attraverso un'interpretazione di tipo trasversale. Quando è raggiunta la cosiddetta saturazione del campione, ovvero quando la "variabilità" delle risposte si è esaurita, ciò che va ricercato sono quelle costanti che trascendono le classificazioni mediante le quali si è diviso il bacino dei partecipanti. Abbandonato il criterio di quantificazione viene adottato quello di tipizzazione. Sono isolati infatti dei tipi di visitatore in base a corrispondenze che accomunano risposte ad un unico stimolo: per fare un esempio quello legato al senso di coinvolgimento del visitatore all'interno delle decisioni di una amministrazione museale, identificato con un marker univoco tipo "PARTECIPAZIONE".

L'atto di profilare la potenziale utenza del museo in questi termini consente di racchiudere in una sintesi concetti largamente affrontabili in sede di interazione come i *focus group* e *workshop* e, inoltre, conferiscono personalità ad aspetti che rimarrebbero altrimenti pure speculazioni nel reame dell'astratto. La fase interpretativa preliminare di fatto si esaurisce con la strutturazione di una seconda guida che funzionerà come traccia per la conduzione dei *focus group*. Gli spunti per delineare la seconda traccia risiedono come si è detto nella decodifica dei primi dati. Questo quindi è un procedimento che è volto a costruire la chiave metodologica per indagare una realtà non precostruita come quella su cui sono interrogati i partecipanti durante le interviste, ma bensì una che si costruisce dal dibattito. Per tale motivo è saliente la creazione di questa guida, che di aspetto non differisce sostanzialmente da quella di una intervista faccia a faccia, ma che è volta a uno scopo completamente diverso.

Focus Group

Il *focus group* (che in quanto metodologia non deve essere confuso con l'intervista di gruppo) è qui impiegato come fase per cominciare a includere all'interno della ricerca l'istituzione beneficiaria, ovvero il museo, conferendogli un ruolo attivo nello scenario che si delinea. In progetti come questo il confine tra il momento della ricerca, dell'attività, della pianificazione di soluzioni per quanto embrionali, è estremamente labile e le realtà tendono sovente a sovrapporsi come nel caso appunto dei *focus group*. L'idea di questo genere di tecnica è quella di indagare e questionare la visione di un gruppo di individui scelti in un *setting* condizionato. Impiegando i nuovi ITEM ricavati dalla precedente fase viene stimolata, moderata e analizzata l'interazione tra i

partecipanti per far sì che si costruisca un consenso o dissenso rispetto al fenomeno riportato. Nella scelta degli stimoli da adottare nella conduzione di un *focus group* è sicuramente buona norma quella di includere tutte le esperienze che i partecipanti hanno esposto come esempi o racconti di vita (p. 15). I contenuti di questo genere come anche a quelli multimediali ed artefatti risultano infatti particolarmente efficaci se si intende sollecitare i presenti a queste occasioni per ottenere sfumature che possono fornire ulteriori dettagli interpretativi.

In questi termini il *focus group* è sicuramente una scelta metodologica già in un certo senso funzionale a uno scopo (per quanto solo accennato e ancora negoziabile) cioè di dirigere il dialogo all'interno di un collegio, magari di *decision makers* come nel nostro caso, verso tematiche di impegno e responsabilità sociale. Confronto di esperienze tipiche o atipiche riguardo la questione, l'impiego di espedienti come il *nudging*⁷ o il *triggering*⁸, servono nel nostro caso a sondare innanzitutto quella che è la responsabilità del gruppo di interesse. Come si è accennato prima, la prospettiva nella conduzione di queste occasioni è quella di molteplici *focus group* mirati a sollecitare nei partecipanti risposte che rappresentino lo sviluppo dell'opinione pubblica per diverse competenze e posizioni. Nei due casi omogenei, cioè quello dedicato al personale e quello invece alle associazioni, quello che viene studiato è più probabilmente la costruzione del consenso di gruppi di persone già associate in qualche modo rispetto alle considerazioni emerse a partire dalle interviste sul campo. Nella terza occasione di incontro invece, dove è progettato un *focus group* misto tra i partecipanti dei due precedenti, l'obiettivo è leggermente deviato rispetto a quello di costruire un consenso e un'opinione condivisa a partire dal dibattito. In questa impostazione ciò che vuole essere osservato è la nascita di nuovi spunti e idee in un momento di ridimensionamento dei ruoli e in cui non necessariamente è chiave la convergenza delle posizioni. Un'attività come questa è indubbiamente più ardua nella conduzione e moderazione, in quanto presenta di per sé una eterogeneità che non facilita la potenziale ridefinizione dei ruoli e gerarchie proprie in un contesto civico istituzionale. Tuttavia la proposta di una occasione dedicata a questo stile di dialogo è un iniziale terreno di prova per tutte

⁷ Concetto appartenente alla teoria economica comportamentale dei *nudge* formulata da Richard Thaler e Cass Sustain (2008) sostanzialmente basata sui principi regolatori delle scelte umane in base ad aiuti indiretti, incentivi, suggerimenti o sostegni positivi che ne direzionano l'esito.

⁸ Dalla disciplina della psicologia cognitiva il *triggering* è quel complesso di tecniche volte a incitare e stimolare le euristiche cognitive di un soggetto di cui è studiato il comportamento. Anche il condizionamento stesso in un *set* sperimentale.

le parti chiamate in causa a prendere confidenza con una simulazione di un modello di *Public Engagement of Science*.

Ecco che, come citato prima, questo tipo di ricerca ha uno sviluppo positivo e possiede dei risvolti procedurali direttamente utili come riscontro metodo-logico diretto all'amministrazione. La costruzione di queste occasioni serve anche per porre l'accento ai partecipanti sull'esperienza atipica nel design di un progetto che, al di là della ricerca sociologica, può favorire l'emersione di soluzioni intermedie soprattutto in circostanze di esistente e percepita contingenza. In base al tipo di conduzione (auto-gestito o facilitati) i *focus group*, come modelli inclusivi, sono un terreno estremamente fertile per processi sia di *awareness* che *empowerment*⁹.

Una prima restituzione di informazioni (*debriefing*) è operata alla fine di ogni incontro di quelli sopra citati ed è necessaria per ragioni di trasparenza metodologica, per riconfermare il taglio prettamente inclusivo a questo stadio del progetto ed infine per cominciare a delineare la base epistemologica che porterà alle potenziali soluzioni da considerare per risolvere il problema su cui l'intera ricerca ruota. Questi momenti sono particolarmente delicati e salienti perché accennano l'*iter* conclusivo nel design di soluzioni pragmatiche ed effettivamente proponibili in sede di disamina finale.

Interpretazione funzionale dei dati

Questa seconda fase interpretativa è fortemente condizionata dall'esito dialogico della precedente, infatti si può dire che questa sia collocata già all'interno di un processo di *priming*¹⁰ concettuale che avrà i suoi risvolti con le attività successive. Lavorando sui dati delle restituzioni, i contributi delle interviste e gli assunti iniziali delle etnografie, il lavoro interpretativo in questo momento della ricerca sta nell'incrociare tutte le varie matrici nelle conferme e nelle costanti come anche nelle ritrattazioni e inesattezze. Solo considerando il processo di rilevazione in tutte le sue fasi si può avere un quadro completo sul fenomeno studiato. Nel caso in questione un'analisi comparata degli esiti

⁹ Lo stimolo all'autoconsapevolezza e all'autoaffermazione all'interno di processi fortemente spersonalizzati e privi di controllo da parte dell'utilizzatore finale.

¹⁰ La concatenazione di decisioni che prende forma da uno specifico stimolo. Nel nostro caso il report delle esperienze degli intervistati chiamati ad esprimersi sul fenomeno su cui ci si interroga è il fattore da cui si sviluppano gli atteggiamenti e quindi le scelte in un contesto dialogico come un *focus group* in cui i partecipanti sono condizionati e devono discutere su una realtà precostruita.

di interviste e quelli dei *focus group* può fornire già un fondamento di conoscenze sulle percezioni del fenomeno della divulgazione scientifica e proposta culturale. Inoltre consente di comprendere le valutazioni di un network di attori che orbitano in misura diversa attorno al Museo di Scienze Naturali. Intrecciare le percezioni in sedi diverse aumenta le probabilità di comprendere i processi per cui l'opinione condivisa (e la sua ricezione) si costruisce su livelli diversi. Dalle tipizzazioni e dai modelli di interazione è infine possibile restituire un nucleo di informazioni, arricchite da esempi e narrazioni, che devono suggerire il panorama in cui la comunicazione, i progetti editoriali la trasmissione dei contenuti e delle proposte si deve snodare. In questa fase è critico anche il ruolo chiave e spesso non contemplato della triangolazione delle nozioni ricavate con un *pool* di dati quantitativamente rilevante. Una ricerca su basi corroborate qualitativamente per mezzo di molteplici tecniche gode sicuramente di una valenza esplorativa maggiore rispetto a un'indagine statistica. Tuttavia sembra non possedere attributi di consistenza e cospicuità se si parla di matrici di dati. Disporre di una base nozionistica ed epistemica ottenuta con i metodi fino ad ora elencati è vantaggioso nella misura in cui può essere impiegata per la costruzione di ricerche quantitative rivolte a coprire campione ipotetico al di fuori della portata di analisi dialogiche. In questo senso l'uso della triangolazione può essere di tipo *sequenziale*, ovvero dove la presenza di uno studio quantitativo esiste in modo da confermare le assunzioni della precedente fase qualitativo/esplorativa. In altro modo la triangolazione può essere *concorrente*, in cui invece lo stesso quesito di ricerca è indagato nelle due metodologie e successivamente attraverso una convalida incrociata degli esiti si definisce la potenziale soluzione.

Workshop

L'idea di proporre uno o più *workshop* è un'eventualità che si è posta durante il periodo di campionamento e nei momenti di interazione nelle interviste semi-strutturate. L'ipotesi è stata quella di un'attività da organizzare successivamente a quella dei *focus group* per poter indagare un altro tipo di responsività e di processi legati alla costruzione di opinione e giudizio sociali: quella dei potenziali fruitori o chi del museo non ha mai sentito parlare prima. Proporre uno momento e spazio dedicati a questo tipo di attività ha il vantaggio di prestarsi sia dal punto di vista esplorativo ulteriore del fenomeno, che da quello comunicativo poiché si prefigura già come una proposta ai partecipanti di prendere parte nei processi di innovazione e di risoluzione

di una problematica condivisa. I *workshop* per affrontare temi come le nuove responsabilità didattiche o l'impatto culturale se ben condotti possono venire apprezzati dai soggetti coinvolti perché sono fabbriche di idee che fondano la loro efficienza su un approccio paritario *hands on*. Per il tema in questione, possibili *concept* nell'organizzare una o più di queste occasioni potevano essere ad esempio l'antitesi, emersa con una certa ricorrenza durante le interviste, sul rapporto tra inclusività rispetto alla partecipazione spontanea dei fruitori in sede museale¹¹. O ancora mettere alla prova i partecipanti nel pensare soluzioni pragmatiche che risolvano la convivenza tra tradizione e innovazione, saperi locali e informazione social-mediale. Nei futuri sviluppi si deciderà se e come implementare questa ricerca pilota con l'impiego di tali tecniche.

¹¹ Dalla domanda n. 11 della guida (fig. 2), alcune considerazioni riguardano il disequilibrio nelle risposte degli intervistati quando sono chiamati ad esprimersi sul senso della partecipazione attiva all'interno della gestione museale rispetto invece all'impegno che un management dovrebbe prendere nel consultare il bacino, effettivo o potenziale, dei suoi utenti. Se nella prima parte molti esprimono una certa riluttanza, appare chiaro che l'aspettativa risiede più nell'onere civile del museo di ricercare il consenso del pubblico.

4. RISULTATI

Allo stato attuale del progetto non è certo possibile trarre fondamentali conclusioni dalla ricerca, che al momento vede sì una pianificazione ben strutturata ma una collezione di dati ed evidenze ancora troppo limitata su cui basare una o più soluzioni contemplabili. Quello che si può inferire a questo punto sono gli assunti emersi nelle procedure fino ad ora svolte che possono fornire uno scenario, seppur ipotetico, del *frame* in cui si sta operando. Raccolti i contributi di 40 partecipanti alle interviste, sono sicuramente emersi alcuni punti chiave precedentemente citati che saranno studiati e impiegati nelle fasi interattive. Uno di questi, che non ha trovato spazio nelle precedenti righe, riguarda sicuramente le considerazioni dei cittadini attorno all'esperienza museale anche dei luoghi di trasmissione della scienza. Se la percezione di un'occasione di visita in un museo prettamente artistico è relegata al reame delle attività "impegnative", nei tempi e nel rapporto con l'opera¹² più personale e introspettivo, la partecipazione ad occasioni didattiche scientifiche ha caratteristiche più incerte. Spesso si è fatto riferimento all'importanza del museo scientifico soprattutto se contestualizzato in un ambito pedagogico-formativo perché risulta cruciale la necessità di fare scienza in modo intrattenente, cosa che non è assolutamente demandata ad una pinacoteca o un museo archeologico (si veda domanda n. 8 della guida). Inoltre per l'aspettativa ludica della visita museale scientifica, è emersa con una certa assiduità l'immaginario di un pubblico di addetti ai lavori o generico non avvezzo ad un'esperienza puramente estetica.

L'attesa rispetto alla proposta dentro un museo scientifico risente sicuramente della consuetudine locale (come nel resto d'Italia) educata spesso a godere dell'esperienza culturale nella forma di rapporto con il cospicuo patrimonio artistico ed architettonico. Il quadro delle assunzioni è ancora acerbo per definire una univoca soluzione al problema di come portare persone, storie, innovazioni, metodi di comunicazione all'interno del museo e come questo può restituire alla città un nuovo volto della didattica scientifica.

¹² Un'attività che risulta sovente in un esito positivo di appagamento ma spesso associato a quella che è stata definita una vera e propria sindrome cognitiva dell'"affaticamento da museo" (Lewis, 1980).

5. CONCLUSIONI

A conclusione di questo report si presentano alcune considerazioni sul lavoro fino ad ora svolto. La ricerca che si sta conducendo deve senz'altro essere contestualizzata nel panorama di impegno civico del settore cultura di un'amministrazione che sta esaurendo il suo secondo mandato. Le prospettive della transizione del museo nella nuova sede presso la zona industriale in parte dismessa Caffaro¹³ (infelicitemente famosa nell'ambiente bresciano) e gli incentivi nelle molteplici forme alla proposta culturale, lasciano intendere che si sta sempre più allargando un interstizio nel quale la ricerca sociale così condotta è auspicabile si inserisca. Un aspetto che non si è trattato nella disamina del progetto è quello che riguarda il valore della sensibilizzazione in ricerche come questa. Essendo tutto lo studio sistematico finalizzato a un cambiamento radicale di assetti istituzionali (almeno della missione civica di fare didattica), non si è lasciato spazio per trattare i processi di interiorizzazione a livello collettivo del mutamento in atto. Il caso del trasferimento del museo è piuttosto emblematico poiché le future sedi sono stigmatizzate da un passato di disastri ambientali e precarietà gestionale. L'impatto che la comunicazione di questo mutamento avrà su un'opinione pubblica già fortemente direzionata è ancora da capire, ma si può dedurre con una certa confidenza che saranno necessarie molte manovre che potrebbero includere progetti a certi stadi inclusivi come quello proposto. Infine bisogna precisare che questo progetto non può sottrarsi dal *trend* di monitoraggio culturale portato avanti dalle istituzioni esistenti, come appunto il progetto MuB con il quale sarebbe possibile collaborare in una potenziale triangolazione degli *output* di ricerca. Resta comunque da considerare questa relazione come ancora in una fase di esplorazione di un fenomeno ed uno specifico contesto che rappresentano piuttosto chiaramente un problema che si ripresenta in Italia: quello dei tracciati che la cultura scientifica rivolta al cittadino dovrebbe o potrebbe intraprendere.

¹³ Industria chimica fine e di base che opera dal primo decennio del '900 e che ha contribuito nei decenni all'inquinamento dei terreni del comprensorio di Via Milano. Prettamente per i processi di raffinazione del PCB il suolo su cui sorgeva l'originaria azienda presenta livelli di diossine, mercurio, cromo e arsenico elevati che comporteranno a opere infrastrutturali di bonifica ingenti. <http://bresciacaffaro.it/inquinamento-brescia-caffaro/modalita-di-diffusione-inquinamento-caffaro-brescia/68-storia-dell-inquinamento-caffaro.html>

Bibliografia

- Macdonald S., (1995). *'Consuming science: public knowledge and the dispersed politics of reception among museum visitors'* in *Media, Culture & Society*, SAGE, London, Thousand Oaks and New Delhi, pp. 13-29.
- Tota A. L., (1999) *'Arte e scienza in pubblico: il ruolo dei musei'* in *Rassegna Italiana di Sociologia* / a. XL, n.3, pp. 461-485
- Durant J. (ed.), (1998). *'Scienza in pubblico. Musei e divulgazione del sapere'*, Bologna, CLUEB.
- Cerroni A., Zenia S., (2014). *'Sociologia della scienza: capire la scienza per capire la società contemporanea'*, Roma, Carocci Editore.
- Canadelli E., (2011). *'I musei scientifici'* in Cassata F., Pogliano C. (eds.) *'Storia d'Italia. Annali 26. Scienza e cultura dell'Italia unita'*, Torino, Einaudi, pp. 867-893 (2011).
- Falchetti E., (2010). *'Perché visito i musei scientifici. Risultati preliminari di un'inchiesta sui pubblici del Museo Civico di Zoologia di Roma'* in *Museologia scientifica e memorie* n.6, pp. 242-247, Falchetti E., Forti G., (eds.) *Atti del XVIII Congresso ANMS 'Musei scientifici italiani verso la sostenibilità. Stato dell'arte e prospettive.'* Roma 3-5 dicembre 2008, Bolsena 6-7 dicembre 2008.
- Comoglio M., (2010). *'La letteratura italiana sui museum visitor studies: una rassegna critica.'* www.fizz.it
- Doreen Leo, (2006). *'Using Participatory Design Techniques to Understand Audience Experience within an Art Museum Context'*, in *PDC-06 'Proceedings of the Participatory Design Conference'*, Vol II, Trento, Italy, August 1-5, 2006 under a Creative Commons License. CPSR, P.O. Box 717 Palo Alto, CA 94302.
- Sharon Macdonald, (1995). *'Consuming science: public knowledge and the dispersed politics of reception among museum visitors'*. In *'Media, Culture & Society'*. SAGE, London, Thousand Oaks and New Delhi. Vol 17 (1995), pp. 13-29.
- Kirsten Boehner, Carl Di Salvo. (2016). *'Data, Design and Civics: An Exploratory Study of Civic Tech'*. In *'Civic Tech, Participation and Society'*, #chi4good, CHI 2016, San Jose, CA, USA.
- Lisa Lundgren, Kathryn A. Stofer, Betty A. Dunckel, Janice Krieger, Makenna Lange and Vaughan James. (2019). *'Panel-Based Exhibit Using Participatory Design Elements May Motivate Behavioral Change'*. In *'Journal of Science Communication'*, 18 (02)(2019)A03. Sissa Medialab srl – Trieste, Italy.