

Il pubblico dei musei archeologici italiani



Il pubblico dei musei archeologici italiani

OBIETTIVI E METODOLOGIA

La conoscenza del pubblico ed il suo giudizio sui servizi erogati sono dati fondamentali per chiunque operi nel settore dei beni culturali. Lo sono tanto più oggi che si ragiona sulle innovazioni da introdurre nei musei per favorire nuove strategie di valorizzazione, anche mediante l'utilizzo di tecnologie avanzate. Il museo è un'istituzione fondata sulla conoscenza: da un lato ne garantisce la conservazione, dall'altro la produzione e, successivamente, la diffusione. Conoscere i visitatori e le loro valutazioni consente di comprendere se e in che modo viene costruita una relazione tra il museo e il suo pubblico e quale sia la qualità della distribuzione della conoscenza operata dal museo.

Con queste premesse, da alcuni anni Civita dedica una particolare attenzione ai visitatori di musei e mostre, anche per il ruolo che essa svolge come azienda fra le più importanti che operano nel settore museale.

Dopo lo studio condotto sul pubblico dei musei d'arte contemporanea, l'Associazione ha voluto approfondire, con una specifica indagine, le caratteristiche ed i comportamenti del pubblico delle aree archeologiche e dei musei d'arte antica in Italia, essendo questo uno degli ambiti di maggior importanza, per qualità dei reperti, numero di visitatori e sostegno al turismo, in molte aree del paese.

La ricerca ha interessato sette tra le realtà nazionali più significative: l'area archeologica di Paestum, i Musei Archeologici Nazionali di Napoli e di Firenze, i Musei Capitolini, il Museo dei Fori Romani nei Mercati di Traiano ed i Musei Nazionali Etruschi di Villa Giulia e di Cerveteri. In essi è stato distribuito, grazie alla collaborazione del personale di accoglienza, un questionario a risposta chiusa a tutti i visitatori in ingresso, con la richiesta di restituirlo compilato al termine della visita. Il ritorno complessivo si aggira attorno ai 1500 esemplari, ovviamente suddivisi in relazione al numero di visitatori annui dei singoli istituti.

Al termine della somministrazione i questionari sono stati elaborati coerentemente con gli obiettivi dell'indagine:

- identificare il profilo dei frequentatori del museo in termini socio-demografici;
- descrivere le modalità di fruizione, ovvero il tipo di comportamento che il visitatore ha durante la visita;
- ottenere informazioni sul livello e sulla propensione ai consumi culturali;
- valutare il grado di comprensione di ciò che si è visto nel museo.

Presso i Musei Capitolini ed il Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia all'indagine mediante questionario è stata associata un'indagine osservante, volta ad individuare ed analizzare le modalità di fruizione assunte dai visitatori nelle sale di un museo prettamente archeologico, come quello di Villa Giulia, che espone pezzi etruschi di notevole valore, ed in quelle di un celebre e grande museo come i Capitolini, che, pur non presentando esclusivamente collezioni archeologiche, conserva ed espone reperti antichi di eccezionale fama e bellezza. In entrambi i casi il monitoraggio dei comportamenti è avvenuto senza alcuna interazione tra osservante ed osservato, al fine di evitare condizionamenti comportamentali da parte di quest'ultimo. L'osservatore ha inserito i dati sul comportamento del soggetto osservato in tempo reale, su mappe riportanti punti sensibili - corrispondenti ad opere, pannelli, snodi ed altri elementi dell'allestimento - scelti d'intesa con lo staff del museo¹.

¹ Desideriamo ringraziare il direttore del Museo, dott. Claudio Parisi Presicce, per la disponibilità a consentire la realizzazione dell'indagine e la dott.ssa Antonella Magagnini per la cortesia e la straordinaria collaborazione offerta. Un ringraziamento particolare a tutto il personale di custodia della Società Zetema, sempre disponibile, ed in particolare alla

Il lavoro svolto, ha permesso l'individuazione dei percorsi seguiti, la rilevazione dei tempi esatti di permanenza negli ambienti, di lettura dei pannelli e osservazione delle opere, nonché l'annotazione di alcune azioni svolte dal pubblico durante il percorso di visita e soprattutto il monitoraggio del potere attrattivo dei principali elementi dell'allestimento. A quest'ultimo dato è associato il calcolo dell'indice di attrazione, che si ottiene dividendo il numero di persone che si sono fermate ad osservare un dato elemento, per il totale dei visitatori che hanno percorso l'ambiente.

Per le didascalie e i pannelli dislocati lungo il percorso si è anche calcolato il cosiddetto "holding power" o indice di trattenimento, che misura il tempo medio che si spende davanti all'oggetto ed è calcolato dividendo il tempo effettivo di sosta registrato, per il tempo assunto come necessario all'osservazione o alla lettura². Entrambi gli indici variano da 0 a 1 e più i valori si avvicinano all'unità, maggiore è la capacità attrattiva o di trattenimento dell'oggetto a cui si riferiscono. L'analisi congiunta dei due indici consente valutazioni di natura sia quantitativa che qualitativa: se ad esempio ad un pannello informativo corrispondono un indice di attrazione elevato e uno di trattenimento modesto, saremmo portati a supporre che il pannello in questione si trovi in una zona ad alta visibilità, ma presenti un testo troppo denso di informazioni o uno stile e un contenuto che non invogliano alla lettura.

Sulla base dell'analisi congiunta dei tracciati, dei punti di sosta e degli indici di attrazione si sono prodotte rappresentazioni grafiche di facile lettura, che permettono l'individuazione, sulle piante degli ambienti considerati, delle zone a maggiore o minore percorrenza e attrazione.

I RISULTATI DELL'INDAGINE

Dal punto di vista demografico, l'indagine evidenzia come il pubblico sia in prevalenza femminile (56,4%) e di età compresa tra i 25 e i 44 anni (oltre 40%) con una scarsa presenza di giovani al di sotto dei 25 (15%). Piuttosto elevato è il livello di istruzione, numerosi sono infatti gli studenti ed i laureati, e la posizione sociale prevalente è costituita da direttivi quadri ed impiegati.

E' un pubblico che consuma cultura, visita musei e vi torna; lo fa prevalentemente in modo libero, senza utilizzare supporti alla visita e preparandosi magari precedentemente con cataloghi e libri o utilizzando il web. Si ferma nel museo un tempo relativamente alto, tra una e due ore, svolgendo una visita in cui il contatto con l'opera assume il valore preminente.

Tra gli aspetti più positivi va segnalato innanzitutto l'alto gradimento manifestato da parte dei visitatori nei confronti delle opere e del loro allestimento. Ciò risulta evidente dall'analisi dei questionari e trova conferma nell'indagine osservante che, tanto nel Museo di Villa Giulia quanto nei Capitolini, ha posto in risalto l'alta percentuale di opere osservate, con picchi di attrazione e trattenimento significativi, che trovano del resto corrispondenza nell'alto numero di visitatori che dichiarano di lasciare il museo con il vivo ricordo di più di dieci opere in esso esposte.

La conoscenza della soddisfazione procurata dai servizi o prodotti offerti costituisce un elemento di particolare importanza delle ricerche sul pubblico nei più svariati ambiti.

La grande soddisfazione procurata da opere e allestimento conferma tutto il valore del nostro patrimonio museale. Del resto che il patrimonio di un museo sia la sua ricchezza maggiore è cosa abbastanza ovvia. Meno ovvio è però il giudizio rivolto all'allestimento, anch'esso notevolmente

dott.ssa Teresa Mulone. Desideriamo anche ringraziare la dott.ssa Francesca Boitani, direttore del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia, il personale del Museo e quello di Civita Servizi.

² L'holding power è stato calcolato per i Musei Capitolini, mentre per Villa Giulia sono stati rilevati i tempi di lettura senza però calcolarne l'indice di trattenimento.

apprezzato.

Dati meno positivi emergono rispetto agli strumenti di comunicazione del museo. Non sono pochi i visitatori che si dichiarano insoddisfatti dei pannelli informativi - ai Capitolini e a Villa Giulia si tratta rispettivamente del 16,5% e del 12,2% degli intervistati - e, laddove presenti, anche di servizi quali la visita guidata e l'audioguida che ottengono in media tra il 10 ed il 15% di giudizi negativi. In particolare, rispetto alla lettura dei pannelli, l'indagine osservante nei Musei Capitolini ha rilevato dati interessanti che suggerirebbero un ripensamento, almeno parziale, dell'allestimento pannellistico, in favore di un'offerta diversificata di livelli di approfondimento: pannelli principali, con informazioni relativamente contenute e tempi ideali di lettura tra i 20 e i 30 secondi, e materiale maggiormente dettagliato a disposizione dei visitatori più interessati e motivati all'approfondimento.

Le indagini hanno permesso anche alcune considerazioni sulla didascalia all'opera che, informando in maniera immediata il visitatore su cosa sta osservando, costituisce un elemento di grande importanza comunicativa. Nei Musei Capitolini, ad una singola legenda per oggetto si è preferito nella maggioranza dei casi un pannello riportante le didascalie di più opere. Questa soluzione è meno invasiva, specialmente nelle sale con maggior concentrazione di oggetti, ma costringe il visitatore ad un continuo spostamento sia fisico che di attenzione tra didascalie e oggetti, che in molti casi causa un rapido abbandono della lettura di queste sintetiche informazioni: l'oggetto prevale sull'informazione che non viene così trasferita.

I servizi ricevono un giudizio per lo più positivo, soprattutto per quanto riguarda l'accoglienza e la biglietteria. Il bookshop resta un punto di forza del museo ed il pubblico mostra soprattutto la propensione all'acquisto del catalogo, esprimendo il proprio disappunto laddove questo non sia disponibile. Bisogna tuttavia sottolineare che il 34% dei visitatori dichiara di non acquistare nulla.

Che cosa aggiunge l'indagine osservante al giudizio soggettivo del visitatore? Essa consente di verificare il comportamento del pubblico rispetto agli itinerari, alla lettura dei pannelli e all'osservazione delle opere, restituendo dunque dati importanti sulla visita. Il primo è che i visitatori osservano poche opere e per un tempo relativamente breve. Questo vale soprattutto per il Museo di Villa Giulia: gli indici di attrazione e di trattenimento con valori significativi sono infatti limitati. In diverse sale, che pure conservano opere di grande valore, i visitatori si soffermano solo su alcuni oggetti, tralasciandone altri ugualmente significativi. I casi più eclatanti sono quelli delle sale Falerii: gli oggetti sono molto numerosi, ma solo alcuni attirano l'attenzione, mentre altri sono osservati fuggevolmente o addirittura tralasciati. Si ha l'impressione che il visitatore si perda tra una miriade di oggetti, esposti in una maniera coerente dal punto di vista scientifico, ma che non tiene abbastanza conto della effettiva fruibilità da parte del pubblico. E' come se il Museo volesse mettere a disposizione tutto, lasciando poi al visitatore il compito di scegliere. Lo stesso sforzo compiuto per delineare il ricco corredo informativo, realizzato utilizzando tecniche diverse, moltiplica gli elementi da osservare: il visitatore privilegia allora gli oggetti più appariscenti o quelli suggeriti dalla sua guida, finendo per rinunciare sia all'osservazione di alcuni reperti che all'informazione. Del resto l'allestimento topografico induce il visitatore ad attraversare tutte le sale, seguendo un percorso unico e stabilito. Nel Museo infatti non sono state riscontrate uscite anticipate, tuttavia l'indagine osservante ha rilevato un forte squilibrio tra il numero di oggetti osservati e quello degli oggetti esposti. La forte sproporzione a favore dei secondi dovrebbe spingere gli operatori museali ad alcune riflessioni. In realtà numerosi musei sono schiacciati tra molteplici esigenze, soprattutto di conservazione e tutela, che vanno al di là dell'obiettivo di offrire un prodotto completamente apprezzabile dal visitatore. La necessità di organizzare il materiale portandolo fuori dai depositi e dandogli una organizzazione coerente, le difficoltà, dovute alla penuria di risorse economiche, ad innovare in termini di comunicazione ed allestimenti utilizzando le nuove tecnologie, la scarsità di personale, la mancanza di depositi funzionali e sicuri, sono tutti fattori che rendono estremamente complesso il lavoro di chi opera nei musei e difficile ogni reale opera di rinnovamento in direzione di una maggiore attenzione al pubblico e al suo modo di fruire il museo. In merito al Museo Nazionale Etrusco, l'enorme quantità di materiali esposti, la scarsa attrattività degli strumenti comunicativi, la

lunghezza dei percorsi e la mancanza di luoghi per la sosta e il riposo (la caffetteria è ubicata esternamente al museo, fuori dal percorso di visita vero e proprio), costituiscono fattori che accomunano Villa Giulia a molte altre realtà museali.

Per quanto riguarda i Musei Capitolini, una criticità più specifica è risultata essere il mancato accesso a tutti gli ambienti del Museo e, in particolare, al primo piano di Palazzo Nuovo. E' opportuno sottolineare però che ciò è anche conseguenza della totale libertà di visita offerta: il percorso da seguire, infatti, non è obbligato e ogni visitatore ha la possibilità di costruire il proprio itinerario, selezionare gli ambienti da visitare, nonché scegliere l'ordine di visita degli stessi. Abbiamo osservato che la differenza nel numero di visite al pianterreno e quelle al primo piano di Palazzo Nuovo è pari al 20%. Differenziare graficamente i pannelli con didascalie da quelli riportanti informazioni di orientamento e apportare una segnaletica più presente ed immediata che guidi il pubblico in tutti gli ambienti del Museo potrebbe ridurre, almeno nel contesto da noi considerato, il numero di abbandoni. Oggi ad evitare interruzioni della visita risulta spesso determinante l'intervento dei custodi, che in alcuni casi informano i visitatori provenienti dalla galleria di congiunzione tra i due palazzi della presenza di un piano superiore al quale poter accedere dalla scala o tramite ascensore. Nonostante ciò sembra opportuno sottolineare che i visitatori dei Capitolini dimostrano di sentirsi a proprio agio nelle sale del Museo, spostandosi liberamente tra i diversi ambienti e scegliendo il percorso che più li avvicina anche emotivamente allo straordinario mondo dell'arte.

Nel corso dell'indagine osservante l'intervento del personale è risultato fondamentale in molte altre situazioni: ancora troppi sono infatti i visitatori che toccano le opere e numerosi coloro che le fotografano con flash. A ciò va aggiunta la cospicua richiesta di informazioni che a volte ha interessato lo stesso osservatore. Le richieste dei visitatori sono molteplici: da indicazioni di tipo direzionale a curiosità circa le opere esposte.

Tanto l'indagine mediante questionario quanto quella osservante hanno posto comunque in evidenza l'impegno che i due musei rivolgono verso il proprio pubblico. Essi infatti, egregiamente gestiti, oltre a rappresentare due casi di eccellenze fra i musei italiani, si dimostrano alla continua ricerca di soluzioni che migliorino la fruizione del loro patrimonio da parte dei visitatori. L'utilità delle indagini, almeno dal punto di vista di chi ha operato, è del resto quella di fornire informazioni che consentano al museo di mettere in campo nuove strategie. In questo senso, se i questionari hanno permesso di tracciare un profilo generale del pubblico e di tratteggiare alcuni dei comportamenti assunti durante la visita, l'indagine osservante si è rivelata in entrambi i casi uno strumento di notevole importanza, non solo nella conoscenza del pubblico, ma soprattutto nell'analisi del rapporto tra questo e il museo.

Il museo archeologico è estremamente complesso: in parte museo storico, in parte museo artistico, espone molti reperti di uso comune, il cui valore risulta spesso di difficile comprensione, e propone al visitatore, secondo una sequenza temporale o una organizzazione topografica, le memorie di un tempo a noi molto lontano. La gran parte dei visitatori, pur avendo un grado di istruzione elevato, è per lo più poco esperta in materia archeologica. L'apprendimento e la stessa comunicazione tendono a fondarsi sulla costruzione di relazioni in cui il peso della esperienza e del proprio tempo contano enormemente. Parlare di un mondo che non c'è più, lontano da noi migliaia di anni, è sempre difficile. Ecco che allora la ricchezza delle informazioni si fa più pregnante se costruisce relazioni tra le conoscenze del visitatore e quelle che il museo vuole trasferire, se quello che noi vogliamo comunicare si innesta su ciò che al visitatore è comprensibile. Connessioni geografiche e artistiche tra gli oggetti d'uso che, nel mondo moderno sono sempre meno oggetti d'arte e sempre più semplici prodotti di una serialità industriale.

IL QUESTIONARIO: DATI E APPROFONDIMENTI

Il profilo dei visitatori

Il campione totale risulta prevalentemente femminile e compreso tra i 25 e 64 anni (più specificatamente il 40,7% ha tra i 25 ed i 44 anni ed il 31,9% tra i 44 ed i 65 anni).

Tab. 1 – Visitatori per genere

	Genere	
	maschi	femmine
V.A.	659	853
% riga	43,6%	56,4%

Tab. 2 – Visitatori per fasce di età

	Fasce di età				
	0-14 anni	15-24 anni	25-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre
V.A.	34	240	625	489	147
% riga	2,2%	15,6%	40,7%	31,9%	9,6%

Si tratta, come già noto da altre indagini, di un pubblico particolarmente colto: il 37,1% del campione è diplomato, più del 46% è in possesso di una laurea ed il 9,4% ha conseguito un titolo post laurea quali dottorato, master o scuola di specializzazione (vd. grafico 1).

Gli studenti costituiscono il 17,7% del campione totale; un numero elevato, soprattutto considerando che la distribuzione del questionario non ha coinvolto le cosiddette scolaresche. La posizione sociale più presente è costituita da direttivi, quadri ed impiegati (il 25,2% del campione), seguiti da dirigenti, imprenditori e liberi professionisti, che risultano essere il 14,4% dei visitatori intervistati, quindi da studenti, ritirati dal lavoro (10%) e operai (8,5%). La presenza di quest'ultima categoria di lavoratori non è da sottovalutare, costituendo un'assoluta novità rispetto alle precedenti indagini svolte.

La fruizione dei musei

La maggior parte dei visitatori intervistati visita 3 o 4 musei all'anno, tuttavia non sono pochi coloro che ne visitano da 5 a 7 (il 19,4%) e soprattutto più di 7 (il 22,9% in media, con punte del 43% a Villa Giulia). Non a caso siti archeologici, musei, ville e palazzi storici compaiono ai primi posti tra gli interessi culturali maggiormente seguiti dal pubblico intervistato, come si può desumere dal grafico 2.

Nonostante più della metà del campione (il 50,9%) dichiara di svolgere tali visite prevalentemente in città diverse dalla propria, affatto pochi sono coloro che si recano più volte nello stesso museo.

Per il 40,1% del pubblico intervistato si tratta, infatti, della seconda o terza visita e il 14,7% si è recato al museo in questione più di tre volte. Questi dati suggeriscono un livello di fidelizzazione abbastanza elevato, che risulta del resto confermato dalle risposte date in merito alla volontà di tornare o meno, avendone la possibilità, nei musei appena visitati. Più dell'80% dei visitatori ha risposto positivamente a tale domanda: in particolare il 48,1% degli intervistati, ha affermato di voler sicuramente tornare ed il 34,3% di ripetere probabilmente la visita.

Complessivamente più della metà degli intervistati (il 59,5%) visita il museo liberamente. Gli altri si distribuiscono più o meno in maniera omogenea tra chi partecipa a visite guidate (il 10,2%), chi visita il museo con l'ausilio di un'audioguida (il 14,6%) e chi utilizza una guida cartacea (il 15,6%).

Come è noto, l'avvicinamento al museo non inizia esclusivamente al momento dell'acquisto del biglietto e dell'ingresso nelle sale: conoscere come il visitatore si informa sulla storia dell'istituto e dei

suoi contenuti e come più genericamente si prepara alla visita, consente di valutare il suo grado di motivazione e la sua voglia di interagire con il museo, per non riceverne passivamente i contenuti.

Tra coloro che hanno dichiarato di prepararsi alla visita, la maggior parte si è avvalsa a tal fine di una guida turistica (il 39,1%) mentre il 20,7% ha dichiarato di essersi avvicinato ai contenuti del museo navigando sul web, un dato, quest'ultimo, che da una parte conferma l'importante rapporto che si è venuto a creare, negli ultimi anni in Italia, tra web e musei, ma dall'altro evidenzia un divario ancora ampio tra chi dichiara di navigare in Internet (65% del campione) e che utilizza il web per rapportarsi ad un museo. Un restante 30% ha infine utilizzato ai fini della preparazione, strumenti più specifici quali cataloghi (15,5%) e libri di studio (14,5%).

Le sette realtà considerate dall'indagine differiscono tra loro per numero di visitatori annuo, ampiezza degli spazi espositivi, specificità dei reperti o delle collezioni e caratteristiche degli allestimenti. Nonostante tali differenze, più della metà del campione intervistato dichiara di aver svolto la visita in un arco di tempo che va da una a due ore. Ciò fa supporre che tale sia mediamente il tempo di visita normalmente trascorso in un museo, oltre al quale la motivazione personale e la concentrazione necessaria alla visita vanno scemando. Ciò non toglie tuttavia che un 22,4% degli intervistati dichiara di aver svolto la visita in più di due ore.

Il grado di soddisfazione dei visitatori

Come si può desumere dal grafico 3, la maggior soddisfazione dei visitatori risulta essere procurata dal valore degli oggetti esposti, del quale si dichiara "soddisfattissimo" il 67,8% del campione e "molto soddisfatto" il 23,6%. Oltre al valore delle opere è particolarmente apprezzato il modo in cui esse sono esposte: anche in merito all'allestimento infatti la grande maggioranza dei visitatori (il 77,5%) si dichiara ampiamente soddisfatta (rispettivamente il 44,7% è "soddisfattissimo" ed il 33,2 è "molto soddisfatto"). Il quadro appena delineato non trova tuttavia conferma nell'apprezzamento del materiale informativo offerto nel percorso di visita. Solo il 18,8% degli intervistati valuta le informazioni poste a disposizione dei visitatori, molto efficaci; la grande maggioranza (il 64,3%) ha infatti espresso un giudizio appena sufficiente, mentre il 16,9% del campione ritiene che il corredo informativo del museo o dell'area archeologica visitata sia poco efficace ai fini dell'apprendimento.

Per quanto riguarda i servizi erogati, sono stati oggetto di valutazione la biglietteria, l'audioguida e la visita guidata. Mentre per il servizio di accoglienza e biglietteria le risposte dei visitatori risultano distribuite progressivamente dai gradi di massima soddisfazione a quelli di scarsa soddisfazione (il 56,5% del campione si dichiara "soddisfattissimo", il 29,4% "molto soddisfatto", l'11% "abbastanza soddisfatto", l'1% "poco soddisfatto" e il 2,1% "per nulla soddisfatto") per gli altri due il quadro appare più differenziato. Se infatti la maggior parte dei visitatori che hanno usufruito di tali servizi se ne dichiara ampiamente soddisfatto, non possono essere trascurati quelli che, per l' 11,3% e il 13,4%, relativi rispettivamente all'audioguida e alla visita guidata, affermano di essere per nulla soddisfatti di tali servizi informativi.

Il catalogo del museo, o di una mostra in esso allestita, costituisce il prodotto di maggior attrazione (dichiara di acquistarlo il 39,5% degli intervistati), seguita da altre pubblicazioni d'arte e dai vari gadgets. Il 34,1% del campione, tuttavia, dichiara di non acquistare nulla, dato non trascurabile ma da considerare in rapporto alla condizione economica del visitatore e alla sua età: i non acquirenti sono infatti prevalentemente giovani studenti.

L'INDAGINE OSSERVANTE AI MUSEI CAPITOLINI

Il campione

La ricerca è stata condotta nel periodo compreso tra il 18 dicembre 2008 e il 10 febbraio 2009. Il campione osservato, assolutamente casuale e da riferirsi all'ordine con cui i visitatori hanno varcato la soglia della galleria sotterranea, è costituito da 61 individui, in prevalenza donne (il 57% del campione totale). Nella maggioranza dei casi si tratta di visitatori in coppia tra i 18 ed i 45 anni (il 30% è compreso tra i 18 e i 30 anni ed il 36% tra i 31 ed i 45). Scarsa è, invece, la presenza di visitatori accompagnati da bambini (13%).

Tab. 18 – Visitatori osservati per genere

	Genere	
	maschi	femmine
V.A.	26	35
% riga	43%	57%

Tab. 19 – Visitatori osservati per fascia di età

	Fasce di età			
	18-30	31-45	46-60	> 65
V.A.	18	22	15	6
% riga	30%	36%	25%	10%

Gli ambienti

Mentre i questionari, espressamente riferiti alle collezioni archeologiche, sono stati distribuiti all'ingresso e ritirati alla fine del percorso museale, l'indagine osservante, considerata la ricchezza e l'eterogeneità della collezione capitolina rispetto alla specificità della ricerca, è stata condotta solo su alcuni ambienti, selezionati d'intesa con lo staff del Museo e dedicati unicamente ad opere di arte antica e reperti archeologici. Il campo d'osservazione che si è delineato consta di quattro aree di interesse: il Lapidario, nella galleria sotterranea di congiunzione tra i due palazzi, il Tabularium ed infine il cortile ed il primo piano di Palazzo Nuovo. Complessivamente sono stati considerati 122 elementi di rilievo, distribuiti non uniformemente tra i singoli ambienti (22 nella galleria lapidaria, 14 nel Tabularium, 16 al pianterreno di Palazzo Nuovo e 70 al primo piano).

E' opportuno segnalare sin d'ora che nella maggioranza dei casi questi quattro ambienti hanno costituito, per il campione esaminato, la conclusione del percorso di visita del Museo e che ciò ha in parte influenzato il tempo di permanenza e le modalità di fruizione.

Le quattro aree hanno caratteristiche ben diverse e suggeriscono modalità di fruizione differenti.

Musei Capitolini, galleria lapidaria



La galleria lapidaria favorisce per la sua lunga struttura longitudinale un percorso unico e regolare, che, anche grazie al sottofondo musicale presente nell'ambiente, porta il visitatore a passeggiare lentamente lungo la schiera dei 130 reperti esposti. Questi ultimi costituiscono i pezzi più significativi della collezione epigrafica capitolina e illustrano su base tematica vari aspetti della vita pubblica e privata della Roma antica. Ad essi sono correlati quindici pannelli informativi affissi specularmente sulle due pareti. Le informazioni offerte non sono espressamente associate ai singoli reperti, ma trattano per lo più temi generali di storia e cultura romana, spaziando dalla religione e dal diritto alla vita quotidiana dei cittadini.

Musei Capitolini, Tabularium



La galleria lapidaria permette l'accesso al Tabularium, un ambiente costituito da un corridoio, ricavato in età moderna tra i vani di fondazione dell'edificio, e da una galleria trasversale aperta sul sottostante Foro Romano. L'immediata visibilità di questo panorama archeologico spinge i visitatori a percorrere velocemente il corridoio e raggiungere la galleria. Di minore immediatezza visiva sono invece, all'inizio del corridoio, sulla destra, i resti dell'alto podio in travertino del tempio di Veiove, riportato alla luce, nel 1939, tra i grandi blocchi tufacei del Tabularium durante i lavori per la creazione

della galleria sotterranea di congiunzione. Una terza area, accessibile dalla galleria trasversale, presenta resti di costruzioni precedenti al Tabularium e in particolare quelli di alcuni pavimenti di età repubblicana. L'accessibilità dell'ambiente è tuttavia molto limitata e la permanenza dei visitatori risulta ridotta.

Le altre due aree di osservazione appartengono al cosiddetto Palazzo Nuovo. Il piano terra è costituito da un cortile e da un lungo corridoio porticato, caratterizzato dal susseguirsi di grandi nicchie con statue, tra le quali particolare curiosità destano quelle colossali di Minerva e Marte. Altre tre statue sono ospitate nelle nicchie del muro di fondo del cortile: quelle esterne, presentano due satiri di età ellenistica, mentre dalla grande nicchia centrale si staglia la fontana con la colossale statua di divinità fluviale detta di Marforio. Minore attenzione è riservata da parte dei visitatori alla collezione egizia, esposta in un ambiente vetrato adiacente al cortile, e alle tre colonne di granito grigio con fregi a rilievo egittizzanti, provenienti dal santuario di Iside e Serapide nel Campo Marzio.

Musei Capitolini, i due piani di Palazzo Nuovo



Tra gli ambienti sottoposti ad indagine, il primo piano è quello con maggiore densità di opere e pertanto quello in cui è stato individuato il maggior numero di punti sensibili da sottoporre a rilevazione (settanta tra opere, pannelli, snodi e didascalie). Il piano è costituito da sei sale, un gabinetto dedicato alla Venere Capitolina ed una lunga galleria, sui cui lati sono allineate sculture di genere ed epoca diverse e sulle cui pareti sono murate centinaia di piccole iscrizioni. Solo una delle sei sale (la cosiddetta sala delle Colombe) non affaccia sulla piazza del Campidoglio, mentre le altre cinque si susseguono sul lato del palazzo prospiciente la piazza, permettendo al visitatore di attraversarle con un percorso lineare.

Percorsi di visita e tempi di percorrenza

I tempi medi di visita si aggirano intorno alla mezzora. Va considerato tuttavia che il percorso da seguire non è unico né obbligato. Il visitatore ha infatti la libertà di scegliere il proprio itinerario di visita e ciò comporta consistenti differenze nella durata e nelle modalità di fruizione. Dall'osservazione diretta dei comportamenti fruitivi dei visitatori è emerso un dato importante: molti di essi non transitano in tutte e quattro le aree considerate dall'indagine. In alcuni casi percorrono la galleria speditamente, senza comprendere o prestare particolare attenzione all'indicazione posta in prossimità delle scale di accesso al Tabularium, privandosi così del fantastico affaccio sui Fori, senza dubbio una delle più belle vedute di Roma. Ancor più significativo è il fatto che un numero consistente di visitatori

(più del 20%) conclude la propria visita al pianterreno di Palazzo Nuovo, senza accedere al primo piano, le cui sale conservano capolavori conosciuti in tutto il mondo, quali, solo per citarne alcuni, il Galata Morente e la Venere Capitolina. Tali limitazioni costituiscono per qualche visitatore una scelta personale, probabilmente dettata da scarsa motivazione o dall'affaticamento accumulato nelle sale di Palazzo dei Conservatori, per altri tuttavia queste uscite anticipate sono conseguenza di non conoscenza o smarrimento: sono in molti, infatti, a non accorgersi della possibilità di accedere ad un piano superiore. La causa della mancata visita può essere imputabile al fatto che le indicazioni sono posizionate unicamente in corrispondenza del vano scale, nel punto in cui il visitatore risale dalla galleria lapidaria e si trova di fronte alla colossale statua di Marte, dalla cui imponenza è in molti casi catturato (il tempo medio di trattenimento dell'opera è pari a 14 secondi mentre l'indice di attrazione si aggira intorno allo 0,78). Se a ciò si aggiunge che un visitatore medio, dopo aver salito due rampe di scale, difficilmente si accinge a percorrerne altre, a fronte di un ambiente interessante da visitare nell'immediato, non stupisce più di tanto che i visitatori che accedono subito al primo piano siano in numero ridotto. La maggior parte sceglie infatti di percorrere il corridoio e raggiungere il cortile, da cui l'evidente uscita sulla piazza del Campidoglio potrebbe indurre il visitatore a percepire come concluso il proprio percorso di visita. Non sono molti inoltre coloro che, percorrendo interamente il corridoio, scorgono in fondo l'ascensore di collegamento con il piano superiore: trentasei visitatori per l'esattezza sono entrati nel piccolo ambiente in cui esso è ubicato e circa venti ne hanno usufruito. Sostanziali differenze di itinerario, sono quindi riscontrabili sia nell'ordine di visita dei quattro ambienti considerati che in quello più specifico delle singole aree. Ciò è particolarmente evidente al primo piano, dove il pubblico osservato ha seguito principalmente tre tipi di percorso (vd. fig. 1): il primo, con accesso dalle scale in senso orario (percorrendo quindi prima le cinque sale comunicanti e successivamente il corridoio), il secondo, sempre in senso orario ma con accesso dall'ascensore (visitando quindi prima il corridoio e la sala delle Colombe e successivamente la sala del Galata e le quattro successive) ed infine il terzo, decisamente meno comune, con accesso dalle scale, ma in senso antiorario.

Tali variazioni tuttavia non hanno influenzato particolarmente i tempi di permanenza generali. Ad incidere sulla durata della visita sono infatti altri fattori, tra i quali la motivazione personale, lo spazio percorso, l'interesse verso le opere esposte e la volontà di apprendimento.

I tempi di percorrenza dell'intera visita variano da un massimo di un'ora e un quarto ad un minimo di alcuni minuti, quelli necessari all'attraversamento della galleria e al raggiungimento dell'uscita. Di conseguenza variano notevolmente anche i tempi medi di visita delle singole aree di osservazione. I percorsi più brevi corrispondono a quelli della galleria lapidaria e del piano terra di Palazzo Nuovo (per entrambi poco più di cinque minuti). Presso il Tabularium, i visitatori passano in media circa dieci minuti, un tempo relativamente alto se considerato rispetto agli altri per quantità di opere e reperti, ma giustificabile visto lo straordinario panorama che da questo ambiente è possibile ammirare. I visitatori trascorrono infatti qualche secondo davanti ai resti del tempio di Veiove o alle trabeazioni dei templi di Vespasiano e Tito e dedicano piuttosto il loro tempo affacciati sui Fori a scattare foto, leggere le proprie guide ed individuare sui pannelli topografici i vari edifici o i resti visibili.

E' interessante constatare tuttavia che la visita più lunga, svolta da una coppia di turiste americane, (probabilmente madre e figlia) non abbia affatto coinvolto il Tabularium. Le due donne infatti hanno trascorso 23 minuti nella galleria lapidaria, 12 al pianterreno e ben 46 minuti nelle ricche sale del primo piano. E' quest'ultimo, infatti, l'ambiente che trattiene maggiormente i visitatori: il tempo medio di visita è di circa 16 minuti. Questo dato di certo non sorprende poiché le sale del primo piano di Palazzo Nuovo offrono capolavori straordinari di arte greca e romana, che rientrano probabilmente tra gli obiettivi principali della visita ai Musei Capitolini.

Punti di monitoraggio

La maggior parte dei visitatori raggiunge il piano tramite le scale e, invece di percorrere il corridoio principale, accede immediatamente alla sala del Galata, attraversando quindi le quattro sale successive. L'imponente statua del guerriero morente, che si erge al centro della sala con le spalle rivolte

al corridoio, ha un indice di attrazione altissimo per tutte le fasce di età (pari in media allo 0,98) e costituisce una delle opere più fotografate ed ammirate. Anche la permanenza nella sala risulta abbastanza alta: sono numerosi i visitatori che approfittano della presenza di una seduta per sostare in ammirazione, riposare o consultare una propria guida e molti sono i visitatori che prestano attenzione ai pannelli informativi allestiti agli angoli della sala. Ad essi, infatti, corrispondono gradi di attrazione e trattenimento tra i più alti osservati, superati solo, per quanto riguarda l'indice di attrazione, dal pannello con didascalie presente nella sala del Fauno. Va tuttavia evidenziato che il pannello in questione è posto in prossimità della porta di collegamento con il salone e frontalmente rispetto a quella di accesso. Nel periodo in cui è stata portata avanti l'indagine, inoltre, la sala era solo parzialmente accessibile al pubblico per via del restauro della tavola bronzea della Lex Vespasiani, di conseguenza il visitatore aveva modo di ammirare il Fauno e le altre opere solo ad una certa distanza, esattamente nel punto in cui è posizionata la didascalia.

Alti tempi di permanenza si registrano anche nel salone centrale, dove del resto il numero di opere conservate è più consistente. Le panche presenti in questa sala costituiscono il luogo preferito di lettura per molti visitatori muniti di guida, che da questa posizione godono di una visuale completa dell'ambiente. Le cinque statue in marmo colorato poste al centro della sala, sono ovviamente quelle con indice di attrazione più elevato, mentre alle altre è dedicato, nella maggioranza dei casi, un generico sguardo d'insieme. Scarsissimo è il numero di visitatori che usufruisce dello snodo di uscita del salone sul corridoio e la visita prosegue quasi sempre percorrendo la sala dei Filosofi e quella degli Imperatori. La prima, nonostante il cospicuo numero di busti, è percorsa nella maggior parte dei casi velocemente, mentre alla seconda è dedicata in media più attenzione. In essa del resto è conservato il celebre busto Fonseca, la cui acconciatura, così meravigliosamente resa, è tra i soggetti preferiti dai visitatori muniti di macchina fotografica. Particolarmente amati, da questi, sono inoltre la Venere Capitolina, la cui posizione, al centro del gabinetto ad essa espressamente dedicato, permette nella maggioranza dei casi un confronto intimo e diretto con l'opera, e due opere meno famose ma di forte impatto emotivo, quali la vecchia ebraica e la tenera fanciulla con colomba. Quest'ultima in particolare, vanta una percentuale di foto scattate pari a quella del Galata. La statua, posta al centro della sala delle Colombe, ha un indice di attrazione di 0,58 e rientra, relativamente al primo piano, tra le 10 opere osservate da più visitatori. Il dato risulta interessante soprattutto considerando che la sala in questione, non comunicante con le altre e spesso rientrante nella fase conclusiva del percorso di visita, ha un'affluenza di visitatori ridotta di circa il 25% rispetto alle altre. Ciò costituisce senz'altro una grande perdita per i più distratti, poiché la sala accoglie, tra le numerose sculture, anche due splendidi mosaici provenienti da Villa Adriana. Quello delle Colombe, in particolare, presenta un buon grado di attrazione, pari allo 0,65, ed è oggetto in alcuni casi di un'osservazione lunga e dettagliata, il tempo medio di osservazione risulta infatti di 22 secondi, un valore inferiore nel primo piano solo al Galata e alla Venere Capitolina. Scarsa attenzione viene invece prestata alle due teche presenti nella sala, nelle quali sono conservati i resti di una Tabula Iliaca e di alcune tavole bronzee con incise leggi ed iscrizioni onorarie.

Tab. 20 – Le 12 opere osservate più a lungo

Ambiente	Opera	Tempo medio di visita	Indice di attrazione
Tabularium	Resti del tempio di Veiove	32 secondi	0,69
Primo piano - Gabinetto della Venere	Venere Capitolina	29 secondi	0,98
Primo piano - Sala del Galata	Galata morente	27 secondi	0,98
Piano terra - Cortile	Fontana di Morforio	24 secondi	0,93
Primo piano - Sala delle Colombe	Mosaico delle colombe	22 secondi	0,65
Primo piano - Sala del Fauno	Fauno in marmo rosso	19 secondi	0,94
Primo piano - Sala delle Colombe	Mosaico delle maschere	17 secondi	0,44
Piano terra - Cortile	Collezione egizia	16 secondi	0,62
Primo piano - Sala delle Colombe	Teca Tabula Iburnia	15 secondi	0,08
Piano terra - Corridoio	Statua colossale di Marte	14 secondi	0,78
Primo piano - Salone	Ercole bambino	14 secondi	0,92
Primo piano - Corridoio	Vecchia ebraica	13 secondi	0,42

Il cosiddetto “effetto vetrina” prodotto dalle teche in questione si ripropone, in proporzioni più ampie, per la collezione egizia del pianterreno. I visitatori sostano infatti di fronte alla vetrata mediamente 16 secondi, dando un breve sguardo d’insieme alle sculture esposte. Molto osservata e fotografata è invece l’adiacente fontana con la statua di Morforio, che con la sua imponenza cattura a lungo l’attenzione e la curiosità del visitatore.

Gli indici di attrazione delle opere citate non variano significativamente rispetto all’età dei visitatori, alcune differenze si evincono piuttosto considerando la durata delle visite.

Il primo piano in particolare permette dei confronti interessanti. Per esempio, le due piante in fig. 2, relative rispettivamente alle visite inferiori ai 15 minuti e a quelle tra i 15 ed i 30 minuti, mostrano come a variare siano in particolare gli indici di attrazione relativi alle opere esposte nella sala degli Imperatori e soprattutto in quella delle Colombe. In entrambi i casi un fattore determinante risulta essere il percorso seguito dal visitatore. In tutte e due le sale infatti i livelli di attrazione maggiori si riferiscono ai pochi visitatori che, percorrendo il piano in senso antiorario, accedono alle sale in questione nella fase iniziale della visita (la sala delle Colombe in particolare è in tali casi il primo ambiente visitato sul piano). Un secondo dato che emerge è l’incremento di affluenza, nel caso della sala delle Colombe, nelle visite superiori ai 15 minuti (l’indice di attrazione del relativo snodo di comunicazione S011 varia dallo 0,64 allo 0,88).

Corredo informativo

Oltre al potere attrattivo delle opere, l’indagine ha dedicato particolare attenzione alla capacità comunicativa del Museo, monitorando l’interazione tra il pubblico e le informazioni offerte dai pannelli posizionati lungo il percorso di visita. In particolare nella galleria lapidaria, dove l’allestimento dei pannelli risulta molto serrato, sono emersi dati particolarmente interessanti. Oltre allo scarso potere attrattivo dei pannelli in questione si è manifestata una stretta correlazione tra la lunghezza del testo ed il relativo indice di trattenimento: i valori più elevati corrispondono infatti a tempi ideali di lettura tra i 30 e i 40 secondi, che risultano dunque più efficaci in quanto a potere comunicativo, rispetto a pannelli con testi di maggiore lunghezza, per i quali è richiesto uno impegno superiore da parte del visitatore.

La corrispondenza mantiene validità nel caso dei due pannelli del pianterreno: entrambi richiedono un tempo di lettura abbastanza elevato (pari rispettivamente a 60 e 90 secondi) e ad entrambi corrisponde un indice di trattenimento piuttosto basso. Essa non si riscontra però al primo piano, dove gli indici di trattenimento risultano comunque elevati, anche nel caso di testi più lunghi. Esempio è il caso dei pannelli della sala del Galata che, come anticipato, compaiono ai primi posti per numero di visitatori attratti e per tempi di trattenimento. I pannelli in questione riportano lo stesso testo, proposto in lingua italiana ed inglese, per la cui lettura è previsto un tempo ideale pari a 74 secondi. Complessivamente i visitatori che hanno prestato attenzione al testo sono più del 45% ed il tempo medio di lettura risulta pari a 40 secondi in un caso e 53 nell’altro, sviluppando quindi indici di trattenimento pari rispettivamente a 0,54 e 0,72. Valori superiori rispetto a quest’ultimo sono stati riscontrati solo nella galleria lapidaria, per pannelli con testi molto più brevi (nella fattispecie 30, 33, 40 e 32 secondi) e un potere attrattivo inferiore.

Buoni livelli di trattenimento si riscontrano anche nel Tabularium, in particolare per il pannello relativo al vano di fondazione in cui sono esposti resti di pavimenti di età repubblicana. A questo corrisponde un indice di trattenimento pari allo 0,59, valore prossimo a quello di altri due pannelli del primo piano: quello dedicato alla Venere Capitolina e quello relativo alle opere esposte nel corridoio, posizionato frontalmente rispetto alle scale di accesso al piano.

Relativamente agli indici di attrazione, la situazione cambia: il valore massimo (0,46) corrisponde infatti al pannello affisso nella sala degli Imperatori che tuttavia, richiedendo una concentrazione particolarmente elevata da parte del lettore (il tempo ideale di lettura è superiore al minuto e mezzo) presenta un indice di trattenimento molto basso. Una situazione più equilibrata si

manifesta per il pannello relativo alla Venere Capitolina (I.T. 0,60 e I.A. 0,38) e soprattutto per quello esposto nella sala delle Colombe (I.T. 0,40 e I.A. 0,49)

Tabella 21 – I 20 Pannelli con maggiore indice di trattenimento

Ambiente	Pannello	Visite utili	Tempo medio di lettura	Tempo ideale	I.T	I.A
Galleria lapidaria	P004	6	32 secondi	30	1,06	0,07
Galleria lapidaria	P003	14	26 secondi	33	0,79	0,21
Galleria lapidaria	P011	8	31 secondi	40	0,78	0,11
Galleria lapidaria	P006	4	25 secondi	32	0,77	0,03
Primo piano - Sala del Galata	P002	8	53 secondi	74	0,72	0,17
Tabularium - Ingresso	P001	10	46 secondi	66	0,70	0,21
Galleria lapidaria	P013	5	31 secondi	46	0,67	0,05
Galleria lapidaria	P014	4	32 secondi	49	0,64	0,05
Galleria lapidaria	P002	5	35 secondi	57	0,62	0,07
Primo piano - Gabinetto Venere	P007	18	25 secondi	42	0,60	0,38
Tabularium - Vano di fondazione	P005	17	21 secondi	36	0,59	0,36
Primo piano - Corridoio	P001	16	21 secondi	36	0,58	0,33
Galleria lapidaria	P001	12	20 secondi	36	0,56	0,15
Galleria lapidaria	P005	8	50 secondi	92	0,54	0,10
Galleria lapidaria	P016	5	43 secondi	80	0,54	0,08
Primo piano - Sala del Galata	P003	16	40 secondi	74	0,54	0,31
Primo piano - Sala delle Colombe	P008	19	37 secondi	75	0,49	0,40
Galleria lapidaria	P009	6	45 secondi	95	0,47	0,08
Primo piano - Salone	P004	14	49 secondi	114	0,43	0,29
Galleria lapidaria	P015	5	34 secondi	80	0,42	0,07
Piano terra - Cortile	P002	23	36 secondi	90	0,41	0,37

L'INDAGINE OSSERVANTE AL MUSEO NAZIONALE ETRUSCO DI VILLA GIULIA

Il campione

La ricerca è stata condotta nel periodo compreso tra il 15 settembre e il 15 novembre 2008. Il campione osservato, selezionato casualmente, è costituito da 31 individui, le cui caratteristiche demografiche corrispondono perfettamente a quanto emerso dall'indagine mediante questionario. Il campione è infatti in prevalenza femminile (54,8%) e compreso tra i 25 ed i 65 anni. In questo caso però lo scarto tra queste due fasce di età è maggiore: più del 48% del campione totale ha infatti tra i 25 ed i 45 anni, mentre il 29% è compreso tra i 45 e 65 anni.

Tab. 22 – Visitatori osservati per genere

	Genere	
	maschi	femmine
V.A.	14	17
% riga	54,8%	45,2%

Tab. 23 – Visitatori osservati per fascia di età

	Fasce di età				
	0-14	15-24	25-45	46-65	> 65
V.A.	1	5	15	9	1
% riga	3,2%	16,1%	48,4%	29,0%	3,2%

Gli ambienti

Considerata la ricchezza dell'area espositiva, si è scelto di limitare l'indagine osservante solo ad alcuni ambienti del Museo³. D'intesa con la direzione museale, sono state pertanto selezionate sette sale, ovviamente tenendo conto della complessiva organizzazione topografica e del rilievo assunto in particolare da alcuni oggetti esposti. Gli ambienti in questione sono distribuiti su due piani dell'edificio e si susseguono secondo l'abituale percorso dei visitatori.

In ognuna delle sale sono stati quindi individuati diversi elementi di osservazione, per un numero complessivo di 129 punti, suddivisi come illustrato nella tabella 24.

Tab. 24 - Sale e punti di interesse

Sale del Museo	Punti di interesse
Emiciclo (Sarcofago degli Sposi)	37
Sala degli Ori (Collezione Castellani)	10
Sala Eraclea ed Apollo di Veio	10
Sala Pyrgi	25
Sala Palestrina	21
Sala Falerii (Necropoli di Celle)	13
Sala Falerii (I Santuari)	13
Totale punti di interesse	129

³Dopo alcune settimane il museo ha modificato la disposizione delle opere. Per alcune sale, dunque, non vi è più corrispondenza con le tavole grafiche presentate in questo lavoro.

Il primo ambiente espositivo raggiunto dai visitatori è l'Emiciclo. Si tratta di un ampio spazio semicircolare nel quale è esposto temporaneamente uno dei gioielli del Museo: il Sarcofago degli Sposi. Per il resto raccoglie, in bacheche allestite lungo le pareti ed in vetrine disposte a distanza sul lato degli affacci, una delle più importanti collezioni di vasi, con esemplari risalenti a diverse epoche.

Il comportamento del pubblico in questa sala è abbastanza omogeneo ed evidente (vd. fig.3): un numero elevato di visitatori transita velocemente lungo le vetrine adiacenti alle pareti (osservando, ma senza sostare davanti ai reperti), in direzione del Sarcofago degli Sposi, che costituisce l'elemento di maggiore attrazione, di fronte al quale il visitatore sosta per un tempo medio compreso tra i 50 e i 70 secondi. Circa la metà del campione presta inoltre attenzione alla relativa brochure affissa alla vetrina, leggendo il testo offerto per un tempo compreso tra i 30 e 50 secondi, sufficiente ad una lettura veloce delle notizie riportate. Tornando sui propri passi, la grande maggioranza dei visitatori osserva rapidamente le prime tre vetrine per poi spostarsi su quelle addossate alle pareti (ceramiche attiche a figure nere e a figure rosse), per le quali l'indice di attrazione sale ad un valore medio compreso tra lo 0,50 e lo 0,70 e di fronte alle quali circa 6 visitatori su 10 si fermano per un tempo medio compreso tra i 10 e i 30 secondi.

A questo punto il visitatore piega verso la sala Castellani e, solo dopo aver visitato anche le due sale successive (Eraclea e Pyrgi), rientrerà nell'Emiciclo per concluderne la visita, osservando soprattutto le vetrine addossate alle pareti e trascurando sia le brochure che il pannello sui falsi. E' opportuno sottolineare che nell'ambiente in questione, il più ricco per punti individuati, meno di 5 visitatori su 10 ne osserva più della metà.

Per quanto riguarda le brochure, inoltre, esse costituiranno in tutte le sale una delle maggiori criticità: sono totalmente ignorate dai visitatori che privilegiando piuttosto, seppure con forti limiti, la lettura dei pannelli.

La Sala degli Ori espone la collezione Castellani di ori antichi e moderni e risulta per indici di attrazione e permanenza (tempo medio di osservazione) tra quelle con le migliori performance. Tutte le vetrine hanno un indice di attrazione compreso tra 0,5 e 0,7, mentre il tempo di osservazione varia dai 10-30 secondi ai 30-50 secondi. Gli indici di permanenza più alti corrispondono alle due vetrine poste ai lati dell'ingresso dall'emiciclo e, in particolare, a quelle indicate sulla mappa con i numeri 1 e 2 (vd. fig.4). Anche in questa sala le brochure sono praticamente ignorate.

Dalla Sala degli Ori i visitatori scelgono il passaggio alle due sale adiacenti in maniera del tutto casuale, ma è opportuno sottolineare che alcuni di essi non vi accedono affatto o vi transitano rapidamente.

Nella Sala Pyrgi (vd. fig.5) gli elementi che ricevono maggiore attenzione sono le antefisse del Tempio A (n. 3 della mappa), la ricostruzione dello stesso tempio e il pannello grafico che ne ricostruisce il timpano. L'indice di attrazione è compreso tra lo 0,5 e lo 0,9 e quello di osservazione tra i 10 e i 30 secondi. Colpisce come siano ignorati i reperti della decorazione del Tempio B (n. 25) e la ricostruzione del relativo spiovente in facciata, mentre trova conferma la scarsa propensione alla lettura dei pannelli informativi e all'uso delle brochure.

Anche la Sala Eraclea, dove è stato temporaneamente collocato l'Apollo di Veio, vede da parte dei visitatori un'attenzione per i reperti fortemente disomogenea (vd. fig.6). Le due statue di Apollo ed Eraclea hanno indici di attrazione tra i più alti rilevati e un tempo medio di osservazione compreso tra i 30 e i 50 secondi. Di fronte al pannello che illustra il ritrovamento, il restauro e lo stato di conservazione delle due opere, sosta, per un tempo medio abbastanza lungo, quasi la metà dei visitatori. Il resto della sala è praticamente quasi sempre trascurato, con l'unica eccezione della statua di Latona con il piccolo Apollo, che ha un indice di attrazione compreso tra 0,4 e 0,5, ma un tempo medio di osservazione pari o inferiore a 10 secondi. Le altre tre vetrine, così come i pannelli, non attraggono che pochi visitatori. Sia le une che gli altri hanno inoltre tempi di osservazione inferiori a 10 secondi.

Dopo aver attraversato alcuni ambienti che espongono reperti falisci, il visitatore raggiunge le sale 29 e 30, dedicate alla città di Falerii. La prima, che espone i reperti provenienti dalla Necropoli di Celle, presenta un percorso articolato per la disposizione delle vetrine e dei pannelli (vd. fig.7). Non a caso a questi ultimi si avvicina solo il 10% dei visitatori, con tempi di lettura medi inferiori a 10 secondi. Le due vetrine centrali e, in particolare, la kylix attica a figure nere e i rython configurati ad astragalo e a testa di cane, ricevono visite di oltre 5 visitatori su 10, con tempi di osservazione medi compresi tra i 10 e 30 secondi. La sala costituisce la conclusione del percorso di visita al primo piano della Villa.

Da questa si accede infatti ad un ampio ballatoio e ad una scalinata aperta, che permettono la visione dall'alto dei resti dei due templi esposti lungo le pareti della sala 30 (vd. fig.8). Tale spazio, di recente allestimento, attrae il visitatore, che vi si sofferma mediamente per un tempo compreso tra i 10 e i 30 secondi. Scarso interesse è tuttavia rivolto al pannello esplicativo posto a sinistra della scala, ignorato dalla maggior parte dei visitatori, che privilegiano piuttosto quello affisso ai piedi di essa, relativo al Tempio dei Sassi Caduti. Dopo aver dedicato parte del proprio tempo al gruppo di antefisse e rivestimenti del tempio, il visitatore oltrepassa rapidamente il pannello relativo al Tempio di Apollo allo Scasato per leggerne invece le didascalie e osservarne il gruppo di antefisse. Prima di lasciare la sala, l'attenzione cade sul gruppo di Acroteria e il busto di Apollo, mentre meno di 3 visitatori sono attratti dall'ex voto in terracotta e dalle brochure.

Nella Sala Palestrina si concentrano numerosi oggetti di grande importanza e ciò ha portato alla rilevazione di 21 punti di osservazione, di cui otto fra pannelli e brochure (vd. fig.9). Nonostante tale ricchezza, la sala è percorsa velocemente dalla maggioranza dei visitatori, che seppur particolarmente attratti dal trono e dai grandi tripodi in bronzo della Tomba Barberini, li osservano fuggevolmente, per dedicare invece maggiore attenzione all'ultima vetrina della sala, che racchiude pregevoli ciste e specchi in bronzo, nonché avori e pasta di vetro, e che attrae la quasi totalità dei visitatori con un tempo di osservazione tra i 10 e i 30 secondi. In seguito ad una breve osservazione della vetrina prospiciente l'uscita, il visitatore si appresta a lasciare l'ambiente, dopo avervi trascorso mediamente un tempo decisamente breve considerata l'importanza degli oggetti esposti.

La sala prelude infatti all'uscita del Museo, il visitatore è quindi stanco e il numero di oggetti tale da non assecondarlo a tempi di permanenza medi. Da rilevare a tal proposito è anche la scarsità dei punti di sosta, che rende l'intera visita ancor più faticosa. La durata complessiva è tra l'altro accresciuta dallo splendido contesto offerto dalla Villa e dai suoi spazi all'aperto che, prima o dopo l'ingresso al Museo, rappresentano un'attrattiva di non poco conto.

Nel complesso il quadro emerso offre più di uno spunto di riflessione.

Gli oggetti più visti si distribuiscono in maniera omogenea in tutti gli ambienti (vd. grafico 5), ma nessuno di essi attira il totale dei visitatori. Solo 23 oggetti, fra tutti quelli considerati, raggiungono un indice di attrazione superiore allo 0,6 che corrisponde a 6 visitatori su dieci che si sono fermati in quel punto.

E' interessante delineare inoltre il comportamento complessivo dei visitatori. Ricordando che l'indice di attrazione indica quante persone, fra quelle osservate, si fermano in un determinato punto e che un indice di 0,1 corrisponde al 10% del campione, osserviamo come il grafico 6 assuma la forma di una piramide, in cui i valori più alti si collocano tra l'indice 0,6 e 0,3. In questa fascia rientra quasi il 68% dei visitatori, mentre circa 1/7 degli stessi si colloca nella fascia compresa tra un indice di 0,7 e 0,9.

Il tempo medio di visita rilevato conferma le considerazioni fatte in merito all'indice di attrazione e mette in evidenza come la visita sia piuttosto veloce. Praticamente il 42% del campione percorre le sale considerate in un tempo compreso tra 11 e 20 minuti (vd. grafico 7).

Corredo informativo

E' stato già sottolineato quanto sia scarsa l'attenzione rivolta al corredo informativo. Si cercherà ora di evidenziarne più dettagliatamente gli aspetti principali. Ciò che emerge è che l'interazione tra il pubblico e le informazioni offerte dai pannelli, posti lungo il percorso di visita, è assai scarsa e non solo per la stretta corrispondenza tra la lunghezza del testo ed il relativo indice di trattenimento, ma proprio in relazione ai tempi di visita e all'attenzione richiesta ai visitatori per l'elevato numero di oggetti esposti.

Il grafico 8 illustra i pannelli con indici di attrazione più alti. Solo davanti alla descrizione del Sarcofago degli Sposi, al pannello con la ricostruzione del tempio di Pyrgi e a quello relativo all'Apollo di Veio si fermano tra cinque e sei visitatori su dieci, per tutti gli altri, ad esclusione di due, si è sotto i tre visitatori su dieci. La stragrande maggioranza del pubblico quindi non presta attenzione ai pannelli esplicativi ed i pochi visitatori che lo fanno, per lo più, non leggono l'intero testo, limitandosi piuttosto ad una scorsa veloce o addirittura ad una semplice occhiata, corrispondente probabilmente alla lettura del solo titolo.

Nel grafico 9 infine sono riportati i pannelli e le brochure per i quali si ritiene siano stati rilevati tempi di lettura adeguati alla lunghezza dei relativi testi. Su un totale di quaranta, soltanto nove presentano tempi adeguati. Dei rimanenti trentuno, nove hanno un tempo di lettura tra 15 e 25 secondi, quattro tra 10 e 14 secondi e i rimanenti 18 inferiori a 9 (di cui ben 14 sotto ai 5 secondi).

BIBLIOGRAFIA

Bollo A. *Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*, Istituto per i Beni artistici, culturali e naturali; Bologna, IBC, Istituto per i Beni artistici, culturali e naturali, 2005.

Bollo A., Dal Pozzolo L. '*Analysis of Visitor Behaviour inside the Museum: An Empirical Study*' in AIMAC Conference article, 2006.

Bodo S. *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, Fondazione Giovanni Agnelli 2004.

L'industria del museo. Nuovi contenuti, gestione, consumo di massa, Lumley R. (a cura di), Costa & Nolan, Milano 1988.

Maresca Compagna A. *Il pubblico reale e potenziale dei musei: ricerche all'estero e in Italia*, in Ministero per i Beni e le attività culturali – Ufficio Studi, “Per una gestione manageriale dei musei italiani”, atti del corso per Direttori di musei statali, Roma 1998.

Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà, Indagine osservante, Bollo A. (a cura di), Osservatorio culturale del Piemonte 2003.

I primi visitatori del Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà in Quaderni dei Musei Civici, Torino 2004.

I pubblici dei musei. Conoscenza e Politiche, Bollo A. (a cura di), Franco Angeli Milano 2008.

Solima L. *Indagine osservante sui comportamenti di fruizione dei visitatori della sezione “Partenope e Neapolis” del Museo Archeologico Nazionale di Napoli*, 2002.

Solima L. *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Gangemi, Roma 2001.